Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

Формування доходів господарської діяльності підприємства (на матеріалах ТОВ «ЮГФУД»)

Виконав: здобувач першого
рівня вищої освіти
групи 5ЕП спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
Малофєєв Р.В.
Керівник Валявський С.М.

Полтава 2022

Консультанти:

З кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
(охорона праці)

17.05.2022 _____Валявський С.М.

Здобувач 10.06.2022 _____Малофєєв Р.В.

Керівник роботи 10.06.2022 _____Валявський С.М.

Нормоконтроль 10.06.2022 _____Валявський С.М.

Допустити до захисту

Завідувачка кафедри 14.06.2022 _____М.Б. Чижевська

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки управління та права
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
ступінь вищої освіти *«бакалавр»*

Спеціальність *076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о.завідувача кафедри економіки,
підприємництва та маркетингу
_____ М.Б. Чижевська
"04" квітня 2022 року

З А В Д А Н Н Я
НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Малофєєв Руслан Валерійович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. **Тема роботи** ***Формування доходів господарської діяльності підприємства (на матеріалах ТОВ «ЮГФУД»)***

керівник роботи ***Валявський С.М., к.е.н., доцент***,
(прізвище, ім'я, по батькові, наукова ступінь, вчене звання)
затверджені наказом закладу вищої освіти від *"01" квітня 2022 року № 156фа*
2. Строк подання здобувачем роботи *13.06.2022 р.*
3. Вихідні дані до роботи *Законодавство України, навчальна, наукова, довідкова та методична література, фахові періодичні видання, інформаційні ресурси, установчі документи підприємства, фінансова, оперативна та статистична звітність підприємства*

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно розробити) *1. Теоретичні та методологічні аспекти управління доходами підприємства. 2. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «ЮГФУД». 3. Розробка заходів щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»*

5. Перелік графічного матеріалу:
Ілюстративний матеріал у кількості *20* *аркушів представлений у Додатку*

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	*Валявський С.М., к.е.н., доцент*	25.04.2022	15.05.2022

7. Дата видачі завдання *04.04.2022*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретична частина	04.04–24.04.2022	
2	Аналітична частина	25.04–15.05.2022	
3	Проектна частина. Виготовлення ілюстративного матеріалу, перевірка на плагіат	16.05–05.06.2022	
4	Рецензування та підготовка до захисту	06.06–12.06.2022	
5	Захист випускної роботи бакалавра	20.06–26.06.2022	

Здобувач _____ ***Малофеєв Р.В.***
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ ***Валявський С.М.***
(підпис) (прізвище та ініціали)

Примітки:

79. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломного проекту (роботи) і контролю за ходом роботи з боку кафедри (дипломної комісії) і деканату факультету (завідувача відділення).
80. Розробляється керівником дипломного проекту (роботи). Видається кафедрою (дипломною комісією).
81. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки.

РЕФЕРАТ

Малофєєв Р.В. Формування доходів господарської діяльності підприємства (на матеріалах ТОВ «ЮГФУД»). Машинопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2022.

Робота містить 126 сторінок, 22 таблиці, 28 рисунків, список використаних джерел складає 68 найменувань та 4 додатків.

Об’єктом дослідження є господарська діяльність ТОВ «ЮГФУД».

Мета роботи – дослідження економічної природи доходів, їх місця у фінансово-економічному забезпеченні розвитку підприємства, визначення їх впливу на його фінансові результати і на цій основі розробка рекомендацій щодо удосконалення порядку формування доходів та ефективного їх використання на підприємстві.

У кваліфікаційній роботі бакалавра проведено аналіз основних економіко-фінансових показників та організаційно-правових основ діяльності ТОВ «ЮГФУД», проаналізовано економічний стан господарської діяльності. Розроблені методичні підходи до визначення впливу ефективності використання оборотних засобів на показники господарської діяльності підприємства.

У роботі розкриті економічна сутність доходів та запропонована їх класифікація, досліджені особливості формування доходів від операційної діяльності, фінансових та інших доходів, сформульовані методичні засади управління доходами підприємства, проведено аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності підприємства; запропонована програма підвищення доходів ТОВ «ЮГФУД».

Одержані результати можуть бути використані у практичній діяльності ТОВ «ЮГФУД».

Ключові слова: дохід, дохідність, управління доходами підприємства, валовий дохід підприємства, фінансові результати підприємства.

ABSTRACT

Malofeev RV Formation of income of economic activity of the enterprise (on the materials of YUGFUD LLC). Typescript. Qualification work for the first level of higher education in the specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities". – Poltava: National University " Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic named after ", Poltava, 2022.

The work contains 126 pages, 22 tables,28 figures, the list of sources used is 68 names and 4 appendices.

The object of the study is the economic activity of LLC "YUGFUD").

The purpose of the work is to study the economic nature of income, their place in the financial and economic support of enterprise development, determine their impact on its financial results and on this basis to develop recommendations for improving income generation and effective use in the enterprise.

In the qualification work of the bachelor the analysis of the basic economic and financial indicators and organizational and legal bases of activity of LLC YUGFUD is carried out, the economic condition of economic activity is analyzed. Methodical approaches to determining the impact of working capital efficiency on the indicators of economic activity of the enterprise have been developed.

The economic essence of incomes is revealed in the work and their classification is offered, features of formation of incomes from operating activity, financial and other incomes are investigated, methodical bases of management of incomes of the enterprise are formulated, the analysis of the basic economic and financial indicators of enterprise activity is carried out; the program of increase of incomes of LLC YUGFUD is offered.

The obtained results can be used in the practical activities of YUGFUD LLC.

Keywords: income, profitability, enterprise income management, gross enterprise income, financial results of the enterprise.

ЗМІСТ

Вступ……...…7

Розділ 1. Теоретичні та методичні аспекти управління доходами підприємства……...…..……9

1.1. Економічна сутність доходів та їх класифікація…….……9

1.2. Особливості формування доходів від операційної діяльності, фінансових та інших доходів……..…..…20

1.3. Теоретичні засади формування доходів підприємства ……40

Розділ 2. Організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «ЮГФУД»……..…….……51

2.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку заморожених напівфабрикатів в Україні……51

2.2. Організаційно-правові основи діяльності ТОВ «ЮГФУД..54

2.3. Аналіз економічного та фінансового стану ТОВ «ЮГФУД»……..61

2.4. Стан охорони праці в ТОВ «ЮГФУД»…….……86

Розділ 3. Розробка заходів щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»……97

3.1. Аналіз складу та динаміки доходів ТОВ «ЮГФУД»……...97

3.2. Вибір та обгрунтування напрямів удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»…….……99

3.3. Розроблення та обґрунтування. програми заходів, щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»…116

Висновки та пропозиції……...123

Глосарій……127

Список використаних джерел…….…..…134

Додаток А. Бухгалтерська і статистична звітність за 2018 рік……140

Додаток Б. Бухгалтерська і статистична звітність за 2019 рік……142

Додаток В. Бухгалтерська і статистична звітність за 2020 рік…..……144

Додаток Г. Ілюстративний матеріал……146

ВСТУП

В сучасних економічних умовах особливої гостроти набуває проблема ефективного управління доходами підприємств. Саме доходам належить провідне місце у фінансовому забезпеченні діяльності господарюючих суб'єктів так як рівень доходів характеризує ефективність господарської діяльності підприємств.

Специфіка формування доходів на підприємствах різних галузей економіки обумовлює потребу вивчення їх складу, економічного механізму утворення та ефективного управління ними. Все це обумовило актуальність теми магістерської роботи.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідження економічної природи доходів підприємства, визначення їх впливу на результати фінансовогосподарської діяльності підприємства і на цій основі обгрунтувати напрями удосконалення формування доходів ТОВ «ЮГФУД» та розробити програму підвищення доходів ТОВ «ЮГФУД».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є товариство з обмеженою відповідальністю «ЮГФУД».

Предметом дослідження є економічні відносини, пов'язані з формуванням доходів ТОВ «ЮГФУД».

При написанні кваліфікаційної роботи бакалавра використовувалися такі методи дослідження як статистичні методи дослідження, а також загальноприйняті у економічному дослідженні методи аналізу, порівняння, групування тощо.

Відповідно до поставленої мети у роботі потрібно вирішити наступні завдання:

– обґрунтувати сутність доходів підприємства та здійснити їх класифікацію;

– охарактеризувати особливості формування доходів від операційної діяльності, фінансових та інших доходів

– розкрити теоретико-методичні аспекти управління доходами підприємства;

– надати характеристику організаційно-правовим основам діяльності «ЮГФУД».;

– провести аналіз економічного та фінансового стану «ЮГФУД»;

– здійснити аналіз складу та динаміки доходів підприємства;

– розробити та обгрунтувати напрями удосконалення управління доходами «ЮГФУД»;

– розробити програму підвищення доходів «ЮГФУД».

Інформаційну базу дослідження склали відповідні законодавчі та нормативні документи, офіційні статистичні матеріали, літературні джерела, дані бухгалтерського фінансового обліку, фінансова та статистична звітності підприємства.

Практична цінність роботи полягає у наявності рекомендацій зі збільшення доходів підприємства.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність доходів та їх класифікація

Категорія доходу є багатогранним економічним поняттям, яке надзвичайно розповсюджене, широко використовуване в різноманітних значеннях.

В найширшому розумінні дохід (income) – це грошова сума, що регулярно і законно поступає в безпосереднє розпорядження суб'єкта ринкових відносин [24]. У вузькому значенні дохід – це потік грошових надходжень в одиницю часу. Виділяють чотири основних форми доходів: рента, заробітна плата, прибуток і відсоток [41].

Часто в економічній літературі поняття «дохід» трактується як грошова оцінка результатів діяльності будь-якого суб'єкта ринкової економіки (юридичної і фізичної особи) [24].

Вчені розглядають різні аспекти «дохід» поняття і трактують по-різному. Передусім, значний акцент при дослідженні цієї категорії провідні дослідники роблять, виділяючи чотири основні джерела: заробітну плату, доходи від власності та доходи від господарської діяльності (табл.1.1).

Більшість вчених різних вивчаючи змістову характеристику та джерела виникнення доходів намагалися дослідити доходи як конкретної сім’ї чи підприємства, так і держави чи суспільства в цілому.

Основоположник школи фізіократів Ф. Кене намагаючись збагнути економічну природу доходу, вбачав основу багатства у сільському господарстві, завдяки якому приводиться у рух промисловість та

підтримується процвітання нації. До того ж, чистий продукт (додаткова вартість) можуть вироблятися тільки у сільському господарстві.

Таблиця 1.1 – Основні концепції економічної сутності доходу

Автор	Економічна сутноість доходу
Ф.Кене	Багатство, яке створюється промисловою працею з'являється за рахунок доходів, які дає земля, і є багатством самим по собі безлідним, яке проводиться тільки за допомогою доходів від земельних угідь
А.Сміт, Д.Рікардо	Первинними джерелами доходу є заробітна плата, земельна рента і прибуток, які визначають вартість товару.
А.Маршалл	Заробітна платня виступає як винагорода робітнику за те, що він жертвує працею, підприємницький доход – винагорода власникові капіталу, а відсоток - винагорода за очікування.
Дж.Кларк	Кожний фактор виробництва характеризується специфічною продуктивністю і створює дохід.
Дж. М. Кейнс	Дохід є основним чинником, що визначає споживання і заощадження. Із зростанням доходів зростає і попит, збільшуються витрати на споживання, але не в тій пропорції, в якій збільшується дохід.
Дж. Р. Хікс	Дохід – це максимальна кількість засобів, які індивід може витратити протягом даного тижня і які він очікує витрачати протягом кожного наступного тижня.
Г.А. Оганян	Доходи можна визначати як різницю між витратами праці й капіталу на виробництво певного товару і виручкою від його продажу.

Представник класичної школи А. Сміт сформульованій у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» стверджував, що основним джерелом багатства, з одного боку, була сфера виробництва, а з іншого – розвиток сільського господарства. А. Сміт був прихильником того, щоб державні структури не втручалися у регулювання ринкових відносин, тому що кожна людина намагається використати свій капітал так, щоб він приніс найбільший прибуток. Збільшуючи власні доходи підприємці, не підозрюючи, збільшують доходи країни, а значить, зростає суспільний дохід держави [9].

Англійський економіст Д. Рікардо розглядаючи головні питання економічної теорії виділив три основних класи (власників землі, власників грошей і капіталу та робітників) та три основних види доходів (прибуток, заробітна плата та рента). На його думку, головне завдання політичної

економії полягає у визначенні законів, які керують розподілом доходів. Він був впевнений, що зростання доходів капіталістів (прибуток) обов'язково знижує доходи робітників (заробітну плату). [26].

Увідповідності з марксистським підходом триєдиною формулою, яка охоплює всі тскладові суспільно процесу виробництва є капітал – прибуток (підприємницький доход та процент), земля – земельна рента та праця – заробітна плата. І тільки разом вони можуть приносити доход. З розвитком капіталізму значення ренти, як джерела доходу, буде зменшуватися і залишаться два великі джерела доходу – прибуток і заробітна плата та два великі класи – пролетарі та капіталісти [6].

Наразі «дохід» є надзвичайно поширеною економічною категорією, яка часто застосовується та водночас є надзвичайно багатогранним поняття, що вживається у різноманітних значеннях (табл. 1.2). У сучасних умовах цей термін починає набувати ширшого значення і тлумачення: по-перше – як основне джерело прибутку (чистого прибутку); по-друге – як складна за структурою категорія, що вимагає теоретичного й методологічного уточнення.

Таблиця 1.2 – Тлумачення економічної сутності категорії «дохід» у сучасній науковій літературі

Автор	Економічна сутність категорії «дохід»
Бутинець .Ф. [7, с. 345]	Як економічна категорія дохід (виручка) є потоком грошових коштів та інших надходжень за певний період, отриманий від продажу продукції, товарів, робіт, послуг
Вознюк Г., Загороднюк А. [8, с. 363]	Дохід – різниця між виторгом з реалізації продукції, робіт та послуг і вартістю матеріальних витрат на виробництво та збут цієї продукції. До матеріальних витрат у визначенні доходу зараховують вартість використаних у процесі виробництва матеріалів, виробів, конструкцій, палива та енергії, а також амортизаційних відрахувань
Грузінов В.П. [9, с. 340]	Дохід підприємства складається з виручки від реалізації продукції(робіт, послуг), основних засобів (зайвих) й іншого майна підприємства, а також з доходів від позареалізаційних операцій
Продіус Ю.І. [10, с. 254-255]	Дохід – це виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) за вирахуванням матеріальних витрат. Він є грошовою формою чистої продукції підприємства, тобто охоплює оплату праці та прибуток

Продовження таблиці 1.1

1	2
Волков О. [11, с. 364]	Дохід підприємства – це приріст суми грошей над їх витратами на спожиті в процесі виробництва засоби, який отримує підприємство від реалізації новоствореної вартості
Сідун В.А., Пономарьов Ю.В. [12, с. 382]	Дохід підприємства – це виторг з реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збирання
Блонська В.І.[13]	Дохід підприємства – це надходження, одержані внаслідок його господарської діяльності за певний період часу у вигляді конкретних економічних вигод, отриманих внаслідок використання у господарському процесі залучених для цього економічних ресурсів вумовах прийнятного рівня підприємницького ризику
Соколов О. [14]	Поняття приватногосподарського доходу обов'язково передбачає певну затрату, необхідну для його одержання, дохід завжди є винагородою або платою за певну господарську діяльність або надану послугу. Під приватногосподарським доходом потрібно розуміти тільки ті надходження, що виникли на основі процесу ціноутворення
Шмиголь Н.М. [15]	Дохід підприємства – це збільшення економічних вигід внаслідок надходження активів і/або погашення зобов'язань, що приводить до зростання капіталу організації, за винятком внесків учасників (власників майна), та отримане внаслідок використання в господарському процесі залучених для цього економічних ресурсів та конкурентних переваг в умовах прийнятного рівня підприємницького ризику
Біла О.Г. [16, с.72]	Грошові надходження від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – це загальний дохід від основної діяльності підприємства, його внесок у валовий внутрішній продукт країни
Камінська Т.Г. [17]	Доходами організації визнаються збільшення економічних вигод протягом звітного періоду внаслідок надходження активів і / або підвищення їх вартості, і / або зменшення зобов'язань, які приводять до збільшення капіталу організації, за винятком внесків власників

Підсумовуючи різні підходи до визначення економічної сутності доходів, необхідно підкреслити, що дохід є достатньо різнобічною категорією. Однак, всі економічні науки розглядають дохід як загальний, універсальний показник ефективності діяльності підприємства.

З точки зору економічної теорії доходи підприємства є одним з найважливіших самостійних об’єктів, що потребують поглиблення теоретичних основ і розширення практичних рекомендацій. Це визначається тим значенням, яке доходи відіграють у розвитку підприємства.

При функціонуванні підприємств відбувається безперервний кругообіг капіталу, який здійснюється через витрати ресурсів (факторів виробництва)

задля отримання корисного ефекту. Під час виробничого процесу збільшується вартість затрачених ресурсів і виробляється продукція (роботи, послуги), що готові для реалізації. У ході їх реалізації підприємство, одержує доходи (виручку), які розподіляються та використовуються. Доходи підприємству потрібні для фінансового обслуговування розширеного відтворення капіталу, вирішення завдань економічного та соціального розвитку підприємства.

З економічної точки зору залежно від повноти відображення розрізняють валовий дохід підприємства, який включає чистий дохід, та прибуток. Валовий дохід підприємства це розрахований у грошовому виразі сумарний дохід за певний період, отриманий від виробництва та реалізації продукції (брутто-дохід). Дохід брутто включає чистий дохід, податок на додану вартість, акцизний збір та інші вирахування з доходу. Дохід нетто (чистий дохід) включає витрати та прибуток. Прибуток підприємства є частина нової вартості створеної на підприємстві, яка залишається від чистого доходу після відшкодування усіх факторів виробництва.

З фінансової точки зору дохід – найважливіший фінансовий показник роботи підприємств (організацій), який відображає їхні фінансові надходження від всіх видів діяльності за одиницю часу.

В умовах ринкової економіки підприємства разом з операційною (основною) здійснюють і фінансову та інвестиційну діяльність

До операційної діяльності відноситься основна профілююча діяльність підприємства, а також інші виробничого характеру види діяльності, окрім інвестиційної та фінансової. Основну діяльність можна охарактеризувати як операції, пов’язані з виробництвом або реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частину його доходу.

Інший вид діяльності – інвестиційна – це сукупність операцій з придбання та продажу довгострокових (необоротних) активів, а також

короткострокових (поточних) фінансових інвестицій, що не є еквівалентними грошових коштів.

Фінансова діяльність – це сукупність операцій, які призводять до зміни величини та (або) складу власного і позикового капіталу.

Операційна, інвестиційна та фінансова діяльність підприємства – це його звичайна діяльність, іншими словами звичайна діяльність – це будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що забезпечують основну діяльність або виникають внаслідок її здійснення.

Надзвичайна подія – це подія або операція, яка входить в звичайну діяльність підприємства та настання якої не очікується періодично або в кожному наступному звітному періоді. Надзвичайними подіями важають стихійне лихо (землетрус, зсув грунту), експропорцію власності підприємства за кордоном [5].

Оскільки доходи виникають у результаті діяльності підприємства, то їх види можуть бути визначені у відповідності з видом діяльності, у результаті якої вони виникли. Регламентація умов формування доходів від певних видів діяльності здійснюється Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 15 «Доходи».

У відповідності до Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» розрізняють такі групи доходів відповідно до видів діяльності:

– дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

– інші операційні доходи;

– фінансові доходи;

– інші доходи;

– надзвичайні доходи [5].

Дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт і послуг є основним джерелом відшкодування коштів на виробництво і реалізацію продукції, утворення доходів і формування фінансових ресурсів. За ринкової економіки обсягу продажу і виручці від її реалізації приділяється особлива увага. Від величини виручки залежить не тільки внутрішньовиробниче відшкодування

витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота податкових платежів, погашення банківських кредитів, які впливають на рівень виплачених відсотків, що в кінцевому рахунку позначається на фінансовому результаті діяльності підприємства. Отримання доходів створює основу для самофінансування підприємства за умови, що їх розмір достатній для покриття витрат підприємства з реалізації товарів та інших видів діяльності, виконання зобов'язань перед бюджетом та утворення чистого прибутку.

Важливим напрямком фінансово-інвестиційної діяльності підприємства є раціональне використання вільних фінансових ресурсів, пошук ефективних напрямків інвестування коштів, які даватимуть підприємству додатковий прибуток. Прибуткове інвестування грошових коштів здійснюється на фінансовому ринку. За ринкової економіки результати фінансово-інвестиційної діяльності і позареалізаційних операцій є постійними джерелами грошових доходів і формування прибутку підприємств [31].

Залежно від сфери утворення розрізняють доходи від реалізації (операційні або основні) та позареалізаційні (від використання майна та капіталу). Головну частину операційних доходів становлять надходження від продажу товарів, продукції, робіт, послуг (за вирахуванням ПДВ, акцизу и аналогічних платежів). В ринкових умовах господарювання надходження цих коштів залежить від того, наскільки продукція (роботи, послуги) підприємства за обсягом, асортименту та строкам поставки (виконання) відповідає попиту споживачів, від можливостей підприємства своєчасно заповнити сегменти на ринку. При цьому важливе значення мають конкурентоспроможність цін, які підприємство може запропонувати, і форми розрахунків за продукцію (роботи, послуги). До позареалізаційних доходів відносять доходи отримані від дольової участі в діяльності інших підприємств, дивіденди по акціях, доходи по облігаціях.

Через те, що доходи підприємство отримує у певному часовому просторі, їх поділяють на доходи звітного періоду та доходи майбутніх періодів.

З фіскальної точки зору доходи певних економічних агентів господарювання є об’єктом оподаткування.

Згідно з Законом України „Про оподаткування прибутку підприємств”, валовий дохід – це загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі, виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами.

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» до валового доходу відносять:

– загальні доходи від продажу товарів (робіт, послуг), у тому числі допоміжних та обслуговуючих виробництв, що не мають статусу юридичної особи, а також доходи від продажу цінних паперів, деривативів, іпотечних сертифікатів участі, іпотечних сертифікатів з фіксованою дохідністю, сертифікатів фондів операцій з нерухомістю (крім операцій з їх первинного випуску (розміщення), операцій з їх кінцевого погашення (ліквідації) та операцій з консолідованим іпотечним боргом відповідно до закону);

– доходи від здійснення банківських, страхових та інших операцій з надання фінансових послуг, торгівлі валютними цінностями, цінними паперами, борговими зобов’язаннями та вимогами;

– доходи від спільної діяльності та у вигляді дивідендів, отриманих від нерезидентів, відсотків, роялті, володіння борговими вимогами, а також доходи від здійснення операцій лізингу (оренди);

– доходи, не враховані в обчисленні валового доходу періодів, що передують звітному, та виявлені у звітному періоді;

– доходи з інших джерел.

Скоригований валовий дохід отримується шляхом зменшення валового доходу на:

– суми акцизного збору, податку на додану вартість, отриманих підприємством у складі ціни реалізації продукції (робіт, послуг);

– суми коштів або вартість майна, отримані підприємством як компенсація за примусове відчуження державою іншого майна;

– суми коштів або вартість майна, отримані за рішенням суду як компенсація прямих витрат або збитків, понесених підприємством, якщо вони не були віднесені до складу валових витрат або відшкодованих за рахунок страхових резервів;

– суми надмірно сплачених податків і зборів, що повертаються або мають бути повернені з бюджетів;

– суми отриманих прямих інвестицій або реінвестицій у корпоративні права, емітовані підприємством;

– суми одержаного емісійного доходу;

– доходи від спільної діяльності на території України без створення юридичної особи;

– міжнародна технічна допомога, яка надається іншими державами;

– деякі інші надходження згідно діючого законодавства [6].

Таким чином, можна класифікувати доходи підприємства за наступними ознаками (рис. 1.1):

– за об'єктами одержання доходів: доходи від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг;

– за повнотою відображення: доходи брутто, доходи нетто, прибуток;

– за ступенем легалізації: легальні та нелегальні. Від легального, тіньовий доход відрізняється насамперед тим, що його власник не платить податків;

– за суб'єктами одержання: доходи підприємства, структурного підрозділу, працівників;

– за метою формування фінансових результатів (операційні доходи, інші фінансові доходи, інші доходи, доходи від участі в капіталі);

– за сферою утворення: доходи від реалізації, позареалізаційні доходи;

– за терміном отримання: доходи звітного періоду, доходи майбутніх періодів;

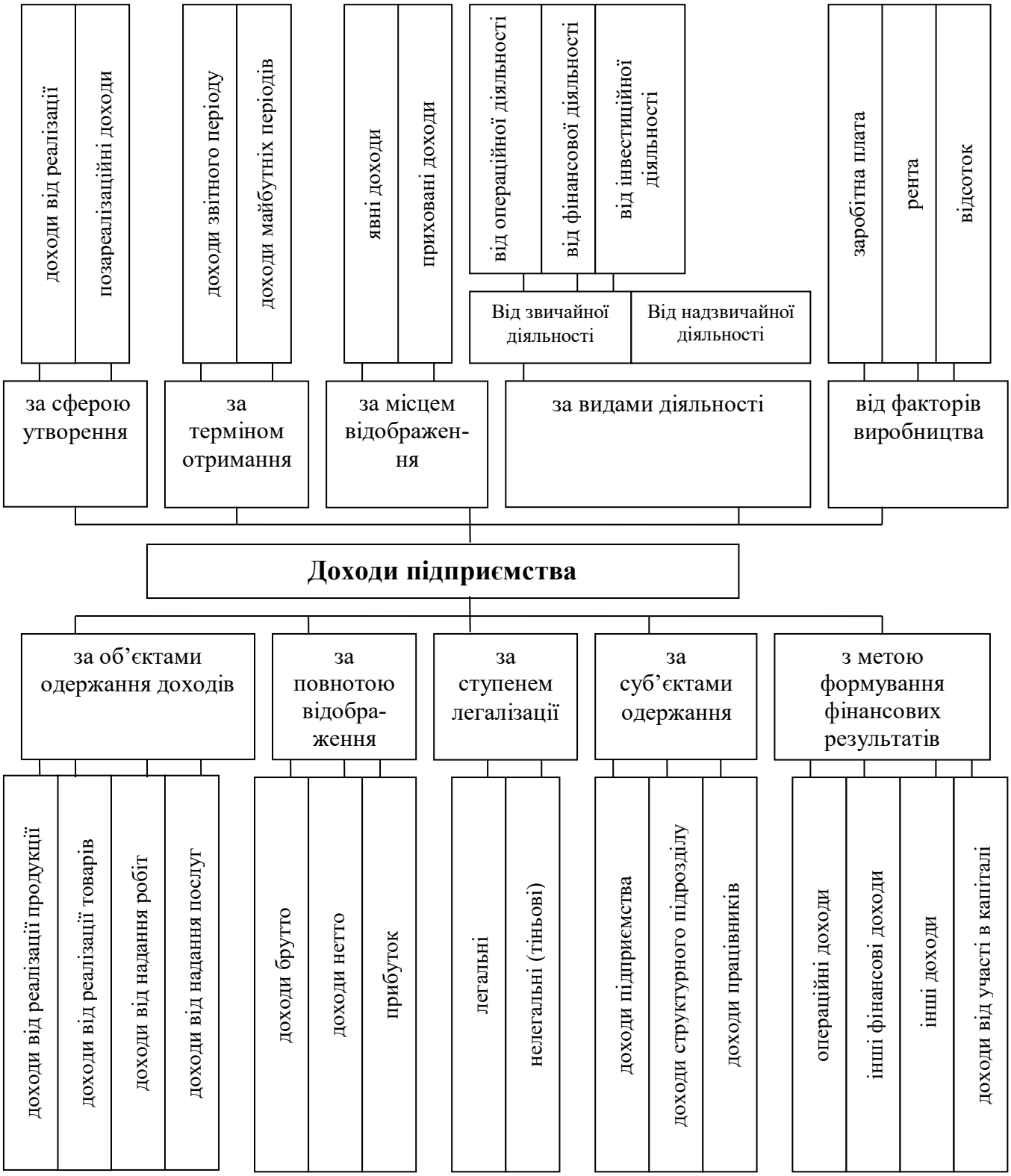


Рисунок 1.1 – Класифікація доходів підприємства

– за місцем відображення: явні (бухгалтерські), приховані доходи;

– за видами діяльності: від звичайної діяльності (від операційної діяльності, від фінансової діяльності, від інвестиційної діяльності); від надзвичайної діяльності

– доходи від факторів виробництва: заробітна плата, рента, відсоток.

Стратегічним завданням будь-якого підприємства має стати зростання його доходів. Основою зростання є збільшення обсягів реалізації продукції (робіт, послуг), при цьому особливе значення має сумарне зниження витрат виробництва, зменшення матеріальних витрат. Таким чином, принципами формування доходів мають стати наступні положення:

– конкурентна боротьба за збільшення сегментів ринку;

– орієнтування на збільшення обсягів реалізації продукції;

– максимізація прибутку з кожної одиниці продукції;

– визначення конкурентоспроможної ціни, яка складається на ринку;

– формування стратегії, яка спрямована на використання резервів збільшення доходів

Досліджуючи економічну сутність доходів підприємства слід визначитися з їх функціями:

– дохід є основним джерелом покриття здійснених підприємством витрат та формування прибутку;

– дохід підприємства є економічний показник його роботи, який відбиває фінансові надходження від усіх видів діяльності;

– дохід відображає економічні, грошові відносини, що виникають у результаті руху грошей: з іншими підприємствами й організаціями, усередині підприємства, усередині об'єднань, підприємств, що включають відносини з вищестоящою організацією, з фінансово-кредитною системою, бюджетами і позабюджетними фондами, банками, страхуванням, біржами, різними фондами;

– дохід є важливим джерелом формування різних грошових фондів. Через них здійснюється забезпечення господарської діяльності необхідними коштами, а також розширене відтворення, фінансування науково-технічного

прогресу; освоєння і впровадження нової техніки; економічне стимулювання, розрахунки з бюджетом, банками.

До таких фондів відносяться статутний фонд; резервний капітал (призначений для покриття збитків); фонд нагромадження (кошти, що направляються на розвиток виробництва); інвестиційний фонд; фонд споживання (направляється на виплату дивідендів, одноразових заохочень, матеріальної допомоги, на оплату додаткових відпусток, харчування, проїзду на транспорті й інше); валютний фонд, який формується на підприємствах, що одержують валютний виторг від експортних чи операцій імпортних операцій.

Крім розглянутих вище постійних грошових фондів, підприємство періодично створюють оперативні грошові фонди, зокрема фонд для виплати заробітної плати, фонд для платежів у бюджет різних податків.

Отже, в даному питанні нами досліджено еволюцію та економічну сутність доходів, наведено їх основні різновиди та дано їм детальну характеристику.

1.2. Особливості формування доходів від операційної діяльності, фінансових та інших доходів

У процесі формування доходів підприємства головна роль відводиться забезпеченню ефективного надходження і розподілу грошових коштів в процесі його операційної діяльності. Основу операційної діяльності більшості підприємств складає виробничо-комерційна чи торгова діяльність, яка доповнюється інвестиційною та фінансовою діяльністю, яка ж ними здійснюється.

Слід зазначити, що процес виробництва завершується доведенням продукції до споживача. Для підприємства-виробника реалізація продукції є свідченням, що вона за споживчими властивостями, якістю та асортиментом відповідає і потребам покупців, суспільному попиту. Реалізація продукції – це

кінцева стадія кругообігу коштів підприємства, відтак, важливим є визнання моменту завершення цієї стадії обороту капіталу.

На практиці можуть використовуватись два методи визначення моменту реалізації продукції:

– метод нарахування – продукцію відвантажено або відпущено споживачу (відбулася передача права власності),

– касовий метод – одержано кошти на рахунок постачальника за реалізовану продукцію

Реалізація продукції завжди передбачає зміну форми вартості. Бартер, або прямий товарообмін, не можна вважати реалізацією продукції. За бартерного обміну товарів не відбувається руху коштів, нема надходжень виручки від реалізації продукції, тобто не відбувається зміни форми вартості. Підприємства інколи вдаються до товарообмінних операцій.

Ефективне управління процесами формування доходів на підприємстві стосуються питань ідентифікації доходів або їх визнання такими.

Визнані доходи підприємства поділяються на:

– дохід (виручку) від продажу (реалізації) продукції (товарів, робіт, послуг);

–нші операційні доходи;

– фінансові та інші доходи;

– доходи від надзвичайної діяльності (рис. 1.2).

Однією з важливих характеристик операційної діяльності підприємства є розмір доходів, що сформовані ним в процесі операційної діяльності.

Операційні доходи підприємства є фінансовою базою розвитку його операційної діяльності, що забезпечує розв'язання наступних трьох найважливіших задач:

– основна частина операційних доходів підприємства являється джерелом відшкодування всіх поточних витрат (втрат), пов'язаних із здійсненням його операційної діяльності. Реалізація цієї задачі забезпечує самоокупність операційної діяльності підприємства;

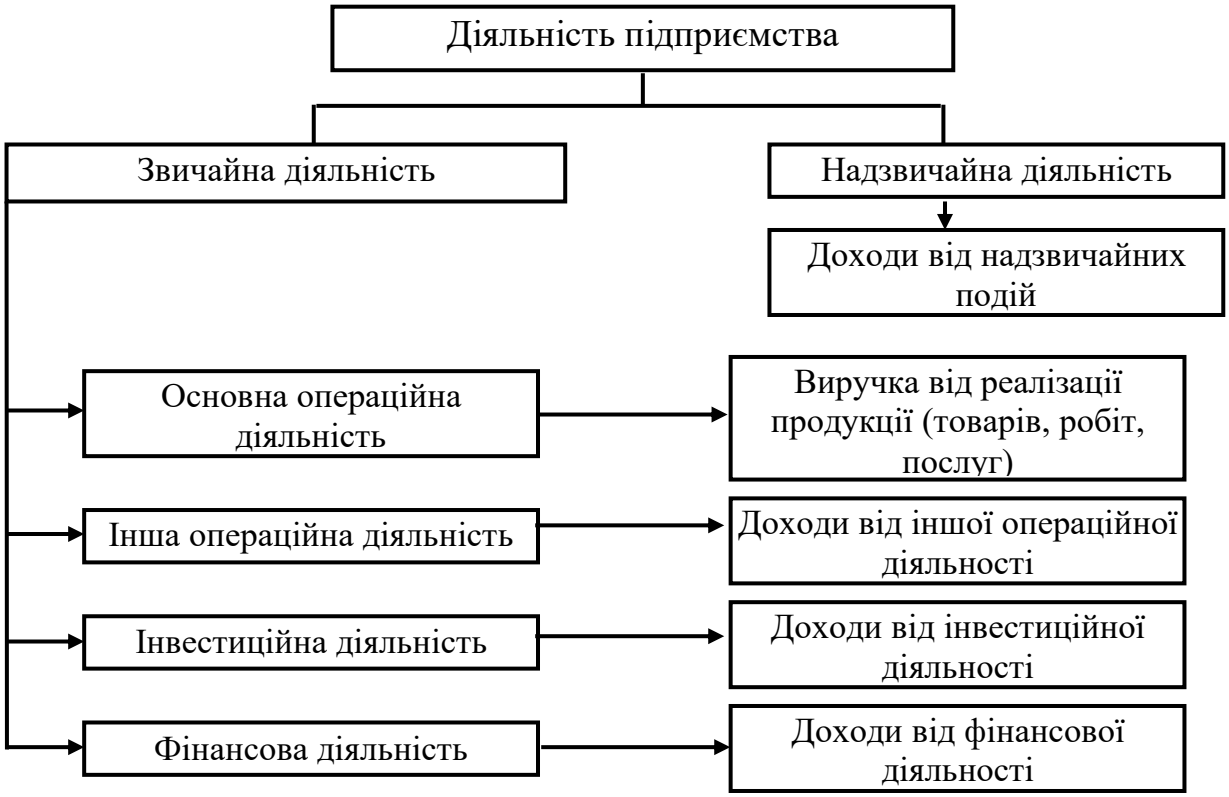


Рисунок 1.2 – Види діяльності підприємства та види доходів, отриманих від її наслідків

– частина операційних доходів підприємства служить джерелом виплат податкових платежів, пов'язаних із здійсненням операційної діяльності. За рахунок цієї частини операційних доходів забезпечується формування коштів державного і місцевих бюджетів, позабюджетних фундацій. Реалізація цієї задачі забезпечує виконання фінансових зобов'язань підприємства перед державою.

– певна частина операційних доходів підприємства є джерелом формування його чистого операційного прибутку. За рахунок цієї частини операційних доходів підприємство формує фонди виробничого розвитку, резервний, додаткового матеріального стимулювання персоналу, соціальних виплат, виплати власникам підприємства тощо. Реалізація цієї задачі забезпечує самофінансування розвитку операційної діяльності підприємства на розширеній основі в майбутньому періоді.

Доходи від операційної діяльності включають доходи від реалізації та інші операційні доходи.

Доходи від реалізації складаються:

– доходів (виручки) від реалізації готової продукції;

– доходів (виручки) від реалізації товарів;

– доходів (виручки) від реалізації робіт та послуг.

Операційні реалізаційні доходи підприємства підрозділяються на два основні види:

– валовий (загальний) операційний дохід. Він є загальною сумою доходу підприємства від реалізації проведених в процесі операційної діяльності товарів, робіт і послуг впродовж певного періоду, отриманого в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах як на території даної держави, так і за його межами.

– чистий операційний дохід. Він є різницею між сумою валового (загального) операційного доходу і сумою податків, що входять в ціну продукції, тобто сплачуваних за рахунок доходу (податок на додану вартість, акцизний збір і т.п.). Доходи від реалізації зменшуються також на суми обов'язкових платежів (ПДВ, акциз, рента, рекламний збір тощо) та інших вирахувань з доходів (знижки покупцям, вартість повернутих покупцем продукції і товарів) [16].

Порядок формування чистого доходу відображений на рисунку 1.3.

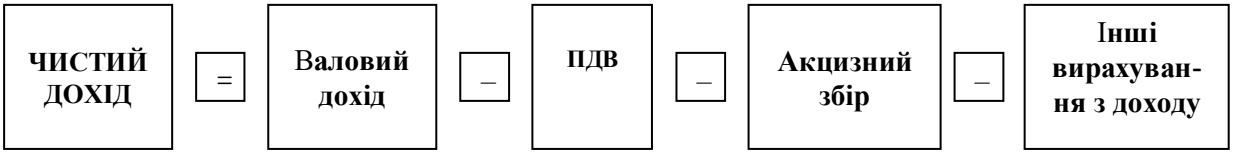


Рисунок 1.3 – Порядок формування чистого доходу підприємства

Дохід (виручка) підприємства забезпечує основну частку грошових надходжень промислового підприємства, як основного агента економіки.

Виручку від реалізації кожної номенклатури виробів визначають за формулою:

$$В=Р^{х}Ц, \quad (1.1)$$

де В – виручка;

Р – кількість реалізованих виробів;

Ц – ціна реалізації кожного виробу.

Розмір виручки від продажу товарної продукції, за інших однакових умов, залежить від:

– кількості, асортименту та якості продукції, що підлягає реалізації;

– рівня реалізаційних цін.

Обсяг (кількість) реалізованої продукції прямо впливає на величину виручки, а сама кількість реалізованої продукції залежить від обсягу виробництва товарної продукції і зміни величини перехідних залишків нереалізованої продукції на початок і кінець року.

Асортимент реалізованої продукції справляє двоякий вплив на величину виручки. Зростання в загальному обсязі реалізованої продукції питомої ваги асортименту з більш високою ціною збільшує величину виручки і навпаки.

Прямий вплив на розмір доходу справляє й рівень відпускних цін. Конкретний рівень цін на продукцію, встановлюється в процесі формування цінової політики. Цінова політика є складовою стратегії й тактики ринкової поведінки товаровиробника, а також вагомою частиною маркетингової політики підприємства.

З підприємницької точки зору цінову політику можна охарактеризувати як сукупність економічних і організаційних заходів, спрямованих на досягнення за допомогою цін кращих результатів господарської діяльності, забезпечення стійкості збуту, одержання достатнього прибутку. Цінова політика покликана визначити не тільки ціну товару в залежності від ринків, але й її зміну у відповідності з життєвим

циклом товару, діями конкурентів, зміною загальної кон'юнктури та іншими факторами [23].

На рівень цін впливають якість і споживчі властивості, строки реалізації продукції, попит і пропонування на ринку.

На окремі види продукції, робіт і послуг держава встановлює фіксовані чи регульовані ціни. Тоді виручка від реалізації продукції залежить від рівня прейскурантних цін. Фіксовані ціни встановлюються адміністративно (державою), переважно на послуги першої необхідності і на товари, які монопольно виготовляються державою (газ, електроенергія та ін.). Регульовані ціни встановлюються регулюванням рівня рентабельності товарів першої необхідності, наприклад хлібобулочних виробів, продуктів дитячого харчування тощо. При цьому державою встановлюються індикативні ціни — мінімальний і максимальний рівні цін. У решті випадків користуються вільними цінами, тобто цінами, які склалися на ринку під впливом попиту і пропозицій за домовленістю сторін – постачальників і споживачів.

Розрахунок ціни продукції можна здійснити за такими формулами:

$$Ц_1=С+П, \quad (1.2)$$

де $Ц_1$ – ціна продукції (ціна виробника продукції);

С – собівартість продукції;

П – прибуток.

$$Ц_2=С+П+ПДВ, \quad (1.3)$$

де $Ц_2$ – відпускна ціна продукції з податком на додану вартість;

ПДВ — податок на додану вартість.

$$Ц_3=С+П+АЗ+ПДВ, \quad (1.4)$$

де $Ц_3$ –відпускна ціна продукції з акцизним збором і податком на додану вартість;

АЗ — акцизний збір.

Повну роздрібну ціну продукції можна розрахувати за формулою:

$$Ц_4 = С+П+АЗ+ПДВ+ТН, \quad (1.5)$$

де $Ц_4$— роздрібна ціна продукції;

ТН — торгова націнка.

У зв'язку з формуванням ринкових відносин на практиці і теорії аналізують такі види цін: ринкова, рівноважна, ціна продавця, споживача.

Ринкова ціна встановлюється у процесі купівлі - продажу товару на конкретному ринку.

Ціна продавця (виробника) формується в умовах перевищення попиту над пропозицією, тобто коли є дефіцит товару. У такому випадку, виробник завищує ціну на товар, що є стимулом для розширення виробництва.

Ціна споживача є нижче рівня її ринкової вартості. Така ціна виникає у випадку перевищення ринкової пропозиції над попитом, тобто коли є надлишок товару.

Ціна рівноваги виникає тоді, коли попит максимально наближений до ринкової пропозиції товару. У практичних умовах така ситуація зустрічається рідко

Ціна на продукцію впливає на суму чистого доходу. Використовуючи систему «витрат, об’єма реалізації і прибутку», можна прослідити їх взаємозв’язок по графіку, приведеному на рис.1.4.

На графіку представлено три варіанта формування суми чистого операційного доходу в залежності від трьох значень рівня цін на реалізовану продукцію: $Ц_1$, $Ц_2$, $Ц_3$ (об’єм реалізації продукції в натуральному виразі – Рф – при всіх трьох варіантах залишається незмінним).

При першому значенні рівня ціни на продукцію(Ц1) сума формуючого операційного чистого доходу є найменшою і не покриває суму сукупних операційних витрат (Вп + Взм), в результаті чого результатом операційної діяльності підприємства є збиток.

При другому значенні рівня ціни на продукцію (Ц2) реалізований її об’єм дозволяє подолати точку беззбитковості і підприємство має можливість

сформувати визначену суму валового операційного прибутку (хоча і невеликого). Сума чистого доходу при такому рівні ціни суттєво зростає.

При третьому значенні рівня ціни на продукцію (Ц3) підприємство досягає найвищих розмірів формуючої суми чистого операційного доходу і валового операційного прибутку.

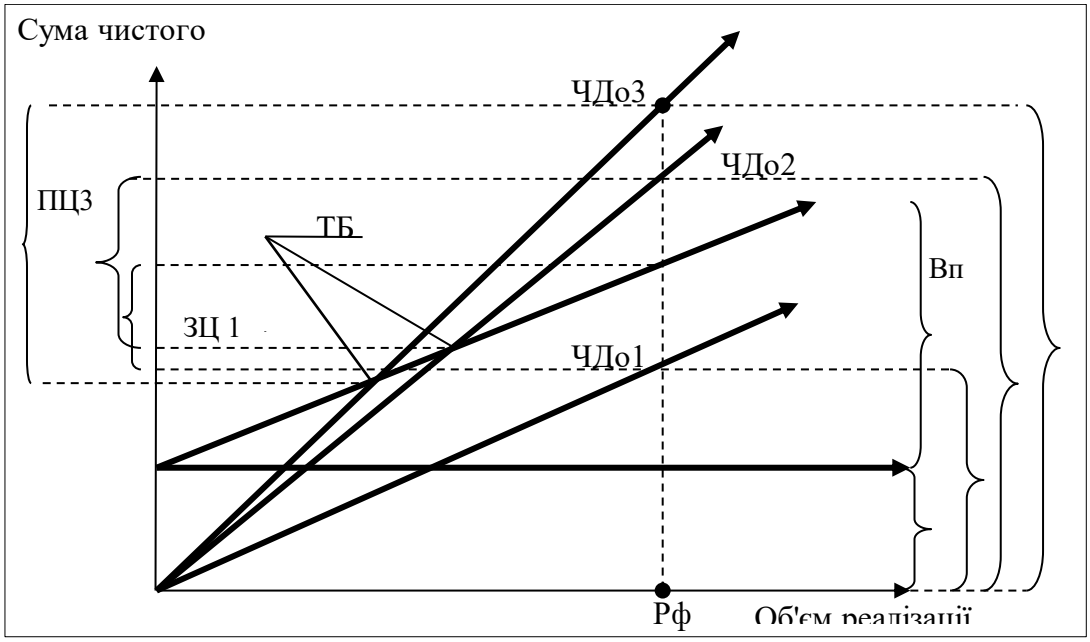


Рисунок 1.4 – Графік залежності формуючої суми чистого операційного доходу і валового операційного прибутку від рівня ціни на продукцію

З графіка видно також, що рівень встановлених цін на продукцію суттєво впливає як на об’єм реалізації продукції, який забезпечує досягнення точки беззбитковості (ТБ), так і на ріст границі безпеки (запасу міцності). Найменший об’єм реалізації продукції для досягнення точки беззбитковості необхідний при Ц3; при цьому ж рівні ціни забезпечується і найвища границя безпеки. При Ц2 об’єм реалізації продукції, який забезпечує досягнення точки беззбитковості, зростає, а межа безпеки зменшується. При Ц1 точка беззбитковості зовсім не досягається, а межа безпеки відсутня.

Враховуючи залежність суми чистого операційного доходу і валового операційного прибутку від рівня ціни на продукцію формується і цінова політика підприємства. Під формуванням цінової політики в процесі

формування цінової політики підприємства повинні дотримуватися наступних основних принципів [15]:

– забезпечення взаємозв'язку цінової політики підприємства з загальною політикою управління прибутком і приорітетними цілями здійснення операційної діяльності. Цінова політика повинна розглядатися як важлива складова частина загальної політики управління прибутком на окремих етапах її реалізації, а її цілі повинні чітко кореспондувати з вибраними приорітетними цілями розвитку операційної діяльності (по відношенню до цілей розвитку операційної діяльності підприємства в цілому цілі формування цінової політики носят підлеглий характер).

– забезпечення взаємозв'язку цінової політики підприємства з кон'юнктурою товарного ринку і особливостями вибраної ринкової ніші. Така увязка дозволяє зважити не тільки умови формування рівня цін на товар, але і характер вимог до цієї ціниокремих категорій покупців.

– забезпечення комплексності підходу до встановленого рівня цін на товар в поєднанні з рівнем післяпродажного обслуговування покупців. Рівень післяпродажного обслуговування покупців і його тривалість з однієї сторони формують ступінь споживчих переваг, а з іншої – потребує відповідного відшкодування додаткових витрат підприємства. Тому в процесі формування цінової політики обидва ці параметри повинні враховуватися в комплексі.

– здійснення активної цінової політики на ринку. Активні форми цієї політики визначаються такими факторами, як самостійність підходів до встановленню рівня цін, диференціація підходів до формуванню рівня цін на окремі якісні різновиди товарів і т. д. Здійснення активної цінової політики забезпечує чітко виражене цінове позиціонування даного підприємства на товарному ринку.

– забезпечення високого динамізму цінової політики. Цей механізм забезпечується швидкістю реагування розробленої цінової політики на зміни внутрішніх умов здійснення операційної діяльності підприємства і факторів зовнішнього середовища, своєчасність перегляду окремих її параметрів в

увязці з динамікою товарного ринку, стадіями життєвого циклу підприємства, змінами норм правового і податкового регулювання операційної діяльності.

У системі управління операційною діяльністю підприємства плануванню доходів належить центральне місце. Основними вихідними передумовами планування операційних доходів підприємства є: розроблена виробнича програма, що визначає об'єми і склад вироблюваної продукції на майбутній період; цільова сума операційного прибутку, що забезпечує умови ефективного розвитку підприємства в плановому періоді; розроблена цінова політика підприємства.

Планову виручку від реалізації продукції визначають методом прямого рахунку, множенням кількості запланованих до реалізації виробів на їхню реалізаційну ціну і додаванням отриманих сум за всією номенклатурою виробів.

Обсяг реалізації можна розрахувати, виходячи з товарного випуску виробів у плановому періоді, додаючи залишки виробів на початок планового періоду і віднімаючи такі на кінець планового періоду.

Плановий обсяг реалізації обраховують з формули:

$$P=З_1+Т-З_2, \quad (1.6)$$

де Р – обсяг реалізації в плановому періоді;

$З_1$– залишки кожного виду готових виробів на складі та відвантажених на початок планового періоду;

Т –випуск товарної продукції в плановому періоді;

$З_2$ – залишки кожного виду виробів на складі на кінець планового періоду.

Реалізаційні ціни в плановому періоді визначають на основі цін базового періоду, які коригують на передбачувані зміни в плановому періоді, у тім числі з урахуванням попиту і пропонування.

Коли асортимент виробів надто великий, розрахунок плану реалізації можна здійснювати комбінованим методом. Виручку від реалізації основних видів продукції визначають методом прямого рахунку, а для підрахунку виручки від реалізації виробів іншого асортименту користуються укрупненим методом. Отже, виручка від реалізації продукції – це сума коштів, які

надійшли на рахунок підприємства за реалізовану продукцію. Вона є основним джерелом грошових доходів і фінансових ресурсів підприємств.

Як зазначалося вище до операційних доходів належать також інші операційні доходи.

До іншого операційного доходу відносять:

– доходи від продажу іноземної валюти (а також від операційної курсової різниці за операціями в іноземній валюті);

–суми отриманих штрафів, пені, неустойок за порушення господарських договорів;

– доходи від списання кредиторської заборгованості, щодо якої минув термін позовної давності;

– відшкодування раніше списаних активів;

– суми отриманих грантів та субсидій тощо

Склад операційних доходів підприємства представлено на рис. 1.5.

Рисунок 1.5 – Склад операційних доходів підприємства

З переходом на ринкові основи господарювання зростає роль фінансової та інвестиційної діяльності підприємств. Пошук фінансових джерел розвитку підприємств у напрямку найефективнішого інвестування фінансових ресурсів, операцій із цінними паперами та інші питання фінансової діяльності набувають важливого значення для фінансових служб підприємств.

Фінансові інвестиції зумовлені потребою ефективного використання вільних фінансових ресурсів, коли кон'юнктура фінансового ринку уможливлює отримання значно більшого рівня прибутку на вкладений капітал, ніж операційна діяльність на товарних ринках.

Фінансові інвестиції – це активи, які утримує підприємство з метою отримання прибутку за рахунок відсотків, дивідендів, зростання вартості капіталу або отримання інших вигод. Це вкладення в акції, облігації, депозитні сертифікати, казначейські зобов'язання та інші цінні папери.

Раціональне використання вільних фінансових ресурсів, пошук ефективних напрямків інвестування коштів даватимуть підприємству додатковий прибуток.

Згідно П(С)БО 3 доходом від участі в капіталі є дохід, отриманий від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких ведеться методом участі в капіталі; іншими фінансовими доходами є дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, які обліковуються за методом участі в капіталі); іншими доходами є доход від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів, від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

До фінансових доходів відносять:

– дивіденди отримані;

– відсотки отримані;

– інші доходи від фінансових операцій.

До інших доходів відносять

– дохід від реалізації фінансових інвестицій;

– дохід від реалізації необігових активів;

– дохід від реалізації майнових комплексів;

– дохід від неопераційної курсової різниці;

– дохід від безкоштовно отриманих активів;

– інші доходи, що виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

До доходів від участі в капіталі інших підприємств відносять:

– інвестиції в асоційовані підприємства;

– інвестиції в дочірні підприємства;

– у спільну діяльність зі створенням юридичної особи.

Вищеописані групи доходів підприємства становлять дохід від звичайної діяльності, який береться для розрахунку прибутку від звичайної діяльності до оподаткування.

В окремих випадках підприємство може отримати надзвичайні доходи від подій та операцій, що відповідають визначенню надзвичайних подій (подія або операція, яка відрізняється від звичайної, та не очікується, що вона повторюватиметься періодично або в кожному наступному році).

До надзвичайних доходів підприємства відносять:

– відшкодування збитків від надзвичайних подій;

– інші надзвичайні доходи [43].

Таким чином, нами розглянуто порядок склад та порядок формування доходу від реалізації продукції, фінансових та інших доходів підприємства, а також охарактеризовано їх різновидність.

Надамо характеристику впливу доходів на ефективність діяльності підприємства.

Фінансові результати діяльності підприємства характеризуються приростом чистих активів, основним джерелом якого є прибуток від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, а також дохід отриманий в результаті надзвичайних подій.

Величина прибутку, рівень рентабельності залежить від ефективності виробничої, постачальницької, маркетингової, збутової, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. У практичній діяльності використовуються такі показники фінансових результатів:

– доходи від реалізації продукції;

– доходи від інших операцій;

– доходи від надзвичайних операцій;

– прибуток на одиницю продукції;

– прибуток від реалізації продукції;

– прибуток від операційної діяльності;

– прибуток від звичайної діяльності;

– прибуток від надзвичайних подій;

– оподаткований прибуток;

– чистий прибуток [12, с. 145].

Функціонування будь-якого підприємства, незалежно від видів його діяльності та форм власності, в умовах ринку визначається його здатністю створювати необхідну суму доходу або прибутку. У зв'язку з цим, прибуток займає одне із важливих місць у системі комплексного економічного аналізу, оскільки на його основі оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства.

Прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найважливішим джерелом формування державного бюджету. Тому в зростанні прибутку зацікавлені підприємства і держава. У прибутку акумулюються результати виробництва, реалізації продукції (робіт, послуг), ефективності використання виробничих і фінансових ресурсів [63, с. 329].

Для підприємств будь-якої організаційної форми, важливо отримувати позитивний фінансовий результат. Узагальнемо сутнісні ознаки прибутку, виділені різними авторами [74, с. 155].

До основних з них відносять:

– плата за ризик здійснення підприємницької діяльності;

– кінцевий позитивний фінансовий результат діяльності підприємства;

– вартісний показник (визначається в грошовій формі);

– форма доходу власників капіталу, вкладеного ними у підприємницьку діяльність з метою досягнення певного комерційного успіху;

– найважливіша характеристика рівня ефективності звичайної діяльності підприємницьких структур;

– основне внутрішнє джерело фінансових ресурсів підприємства;

– джерело зростання ринкової вартості підприємства через капіталізацію частини одержаного прибутку;

– джерело формування ресурсів бюджету (державного та місцевих), що забезпечують можливість державі виконувати покладені на неї функції та здійснювати різноманітні програми економічного розвитку, задовольняти потреби соціально незахищених верств населення. Отже, прибуток – це один із головних чинників, що впливає на величину макропоказників економічного та соціального розвитку, зокрема, валового внутрішнього продукту держави, обсягу доходів і видатків бюджету, рівень споживання та нагромадження у суспільстві [48, с. 478].

У сучасних умовах, прибуток формується за видами діяльності підприємства: прибуток від операційної діяльності, прибуток від фінансової діяльності, прибуток від інвестиційної діяльності та прибуток від надзвичайних подій, що представлено на рисунку 1.6.

Очевидним є існуючий порядок розрахунку фінансових результатів. Останні визначаються як різниця між доходами та витратами, або приростом (зменшенням) власного капіталу підприємства за виключенням зміни капіталу, за рахунок внесків засновників. Такий методичний підхід використовується при формуванні фінансової звітності і відповідає національним стандартам бухгалтерського обліку [86, с. 178].

Враховуючи, що основними індикаторами прибутку є доходи і витрати, доцільним є з’ясування методики їх визначення. В Україні визначення доходів

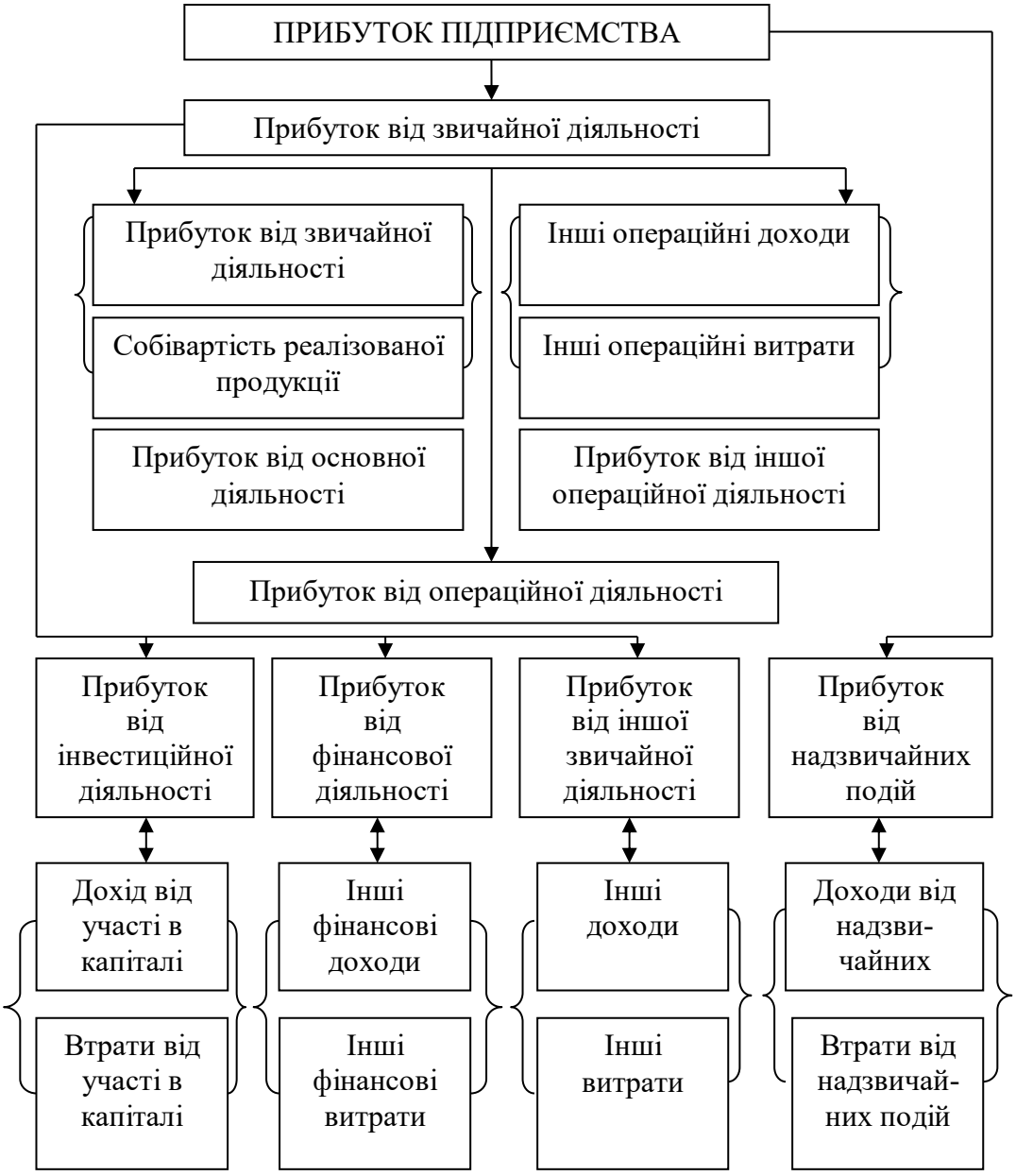


Рисунок 1.6 – Формування прибутку підприємства за видами діяльності

підприємств регламентовано Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку. За П(С)БО 1 дохід – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов’язань, що призводить до зростання власного капіталу (за винятком внесків засновників), якщо оцінка доходу може бути достовірно визначена [38, с. 299].

Величина доходу підприємства залежить, по-перше, від правильності відображення в обліку, і, по-друге, від величини списаної дебіторської та

кредиторської заборгованості. Їх відображення в обліку та списання по різному впливає на дохід. Якщо дебіторська заборгованість (в межах строкової заборгованості) збільшує активи підприємства і є свідченням можливого отримання грошей у майбутньому, то прострочена кредиторська заборгованість збільшує дохід підприємства відразу після її списання.

Розглянемо діючий в Україні порядок визначення доходу та цей же порядок паралельно у національній міжнародній практиці. За МСБО 18 «Дохід» відрізняється від національного підходу визнання доходу підприємства та порядку його формування і виключення з нього (доходу) окремих операцій. Так, в бухгалтерському обліку (згідно МСБО 18 «Дохід») дохід визначають як валове надходження економічних вигод протягом певного періоду, яке виникає в ході звичайної діяльності підприємства, коли внаслідок цього надходження, а не в результаті внесків учасників зростає власний капітал [53, с. 74].

За міжнародною практикою дохід формується внаслідок таких операцій як: реалізація продукції; надання послуг; використання активів підприємства іншими сторонами, що призводить до виникнення доходів у вигляді процентів, дивідендів, роялті.

Згідно МСБО 18 до доходів не відносяться ті з них, що формуються внаслідок таких операцій як: страхова діяльність; договори оренди; дивіденди, які обліковуються за методом участі в капіталі; зміни у справедливій вартості фінансових активів, фінансових зобов’язань, а також їх ліквідація; зміни у вартості інших поточних активів; природного приросту поголів’я худоби; видобування корисних копалин. В Україні ж згідно П(С)БО 15 «Дохід» дещо іншим є склад операцій, які не визнаються доходами [108, с. 135].

До їх складу відносяться:

– сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов’язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету та позабюджетних фондів;

– сума надходжень за договором комісії, агентським та іншим аналогічним договором на користь комітента, принципала тощо;

– сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг);

– сума авансу в рахунок оплати продукції (товарів, робіт, послуг);

– сума завдатку під заставу або в погашення позики, якщо це передбачено відповідним договором;

– надходження, що належать іншим особам;

– надходження від первинного розміщення цінних паперів.

Необхідно врахувати, що згідно П(С)БО 15 «Дохід» надходження за пунктами 1 та 2 входять до складу виручки від реалізації продукції, а в подальшому ці суми вираховуються для розрахунку чистого доходу від реалізації продукції (рис. 1.7).

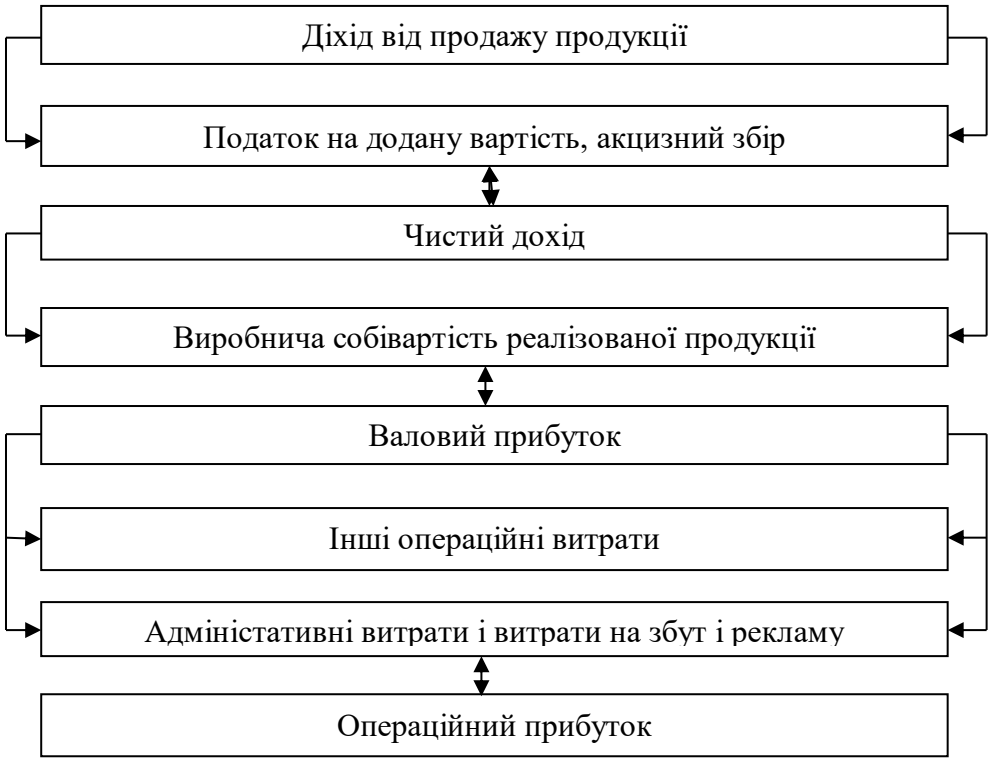


Рисунок 1.7 – Схема визначення прибутку від операційної діяльності

Характерною відмінністю відображення в обліку доходів за міжнародними стандартами і національними є відсутність жорсткої регламентації. Останнє появляється в тому, що в країнах з ринковою

економікою підприємства мають право за власним бажанням показувати або валовий дохід або тільки чистий дохід.

Аналогічно витрати як у зарубіжній, так і у вітчизняній обліковій практиці визнаються одночасно як зменшення активів або збільшення зобов'язань.

В Україні згідно П(С)БО 16 «Витрати» такими вважаються зменшення економічних вигод у формі вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призводять до зменшення власного капіталу (за винятком його вилучення або розподілення власниками) за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Визначення сутності витрат нерозривно пов'язано з контролем за правильним визнанням їх величини.

З метою забезпечення контролю витрат операційної діяльності підприємства їх класифікують за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційній витрати.

Щодо класифікації витрат діяльності підприємства існують і дещо інші підходи. Виділяють такі витрати:

– витрати, що входять до собівартості реалізованої продукції;

– загальновиробничі витрати;

– адміністративні витрати;

– витрати на збут;

– інші витрати операційної діяльності.

Це зумовило внесення змін до виробничої собівартості. До її складу включають прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати та загальновиробничі витрати. Отже, викладене вище свідчить, що зміни стосуються адміністративних витрат (за попередньою методологією ці витрати входили до загальногосподарських витрат), витрат на збут (що раніше представляли витрати обігу) та загальновиробничих витрат. Так, і в Україні, витрати класифікують як за елементами, так і за видами діяльності.

Відбулися зміни і у методології визначення кінцевого фінансового результату від операційної діяльності. Прибуток чи збиток визначається порівнянням отриманих доходів та витрат. Перевага цього методу полягає в тому, що він надає можливість визначати фінансові результати за окремими групами продукції, господарськими підрозділами тощо. Це підвищує можливості аналізу інформації з метою виявлення факторів ефективного впливу на кінцеві фінансові результати.

Фінансові результати від операційної діяльності визначають щомісячно, до собівартості виготовленої продукції включаються тільки виробничі витрати, а чистий прибуток визначається розрахунком алгебраїчної суми отриманих прибутків за різними видами діяльності.

Правильність визначення доходу від інвестиційної діяльності та визнання витрат залежать, в певній мірі, від врахування сутності інвестиційної діяльності. Інвестиційна діяльність – придбання та реалізація тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів [134, с. 279].

Залежно від типу підприємства розрізняють інвестиції:

– інвестиції в асоційовані підприємства – це інвестиції в підприємство, в якому інвестору належить блокувальний (більше 25%) пакет акцій і яке не є дочірнім або спільним підприємством інвестора;

– інвестиції в дочірнє підприємство – це інвестиції в підприємство, яке перебуває під контролем материнського (холдингового) підприємства;

– інвестиції в спільну діяльність – це інвестиції в підприємства для ведення господарської діяльності зі створенням або без створення юридичної особи, яка є об’єктом спільного контролю двох або більше сторін відповідно до письмової угоди між ними.

Від інвестиційної діяльності відрізняється фінансова діяльність. Правильність визначення доходів та визнання витрат від неї також залежить від врахування сутнісних її характеристик. Згідно П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів» сутність її трактується таким чином: фінансова діяльність –

це діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства [153, с. 369].

Застосування нових методичних підходів в умовах трансформаційних процесів щодо формування фінансових результатів сприяють оперативнішому отриманню інформації про фінансові результати по підприємству та управлінню ними, що призводить до підвищення ефективності діяльності підприємства.

Отже, фінансові результати відображаюсь мету підприємницької діяльності, її доходність, і є вирішальними для підприємства. Окрім його керівництва і колективу вони цікавлять вкладників капіталу, кредиторів, державні органи, фондові біржі та ін.

1.3. Теоретичні засади формування доходів підприємства

Загальний аналіз доходів передбачає аналіз результатів звичайної діяльності і надзвичайних подій. На підставі визнаних доходів формують алгоритм розрахунку абсолютних показників чистого доходу, операційного доходу, фінансового та інших доходів, звичайного та валового доходу, валового прибутку та інші види прибутку чи збитку) [13].

Задачі аналізу операційного доходу підприємства і його глибина повинні бути направлені на знаходження можливостей збільшення загальної суми валового і чистого операційного доходу, забезпечення планових їх розрахунків необхідними інформативними показниками.

У процесі здійснення такого аналізу вивчаються:

– динаміка загальної суми валового операційного доходу підприємства. При аналізі динаміки операційного доходу повинно бути забезпечено співставлення цін на реалізовану продукцію. У цих цілях на підприємстві розраховується середній індекс цін по окремих етапах періоду.

Показники загальної суми валового і чистого операційного доходу підприємства приводяться в порівняльний вигляд за наступною формулою:

$$ОД_с=ОД_ф/І_ц, \quad (1.7)$$

де $ОД_с$ – сума валового (чистого) операційного доходу підприємства в порівняльних цінах;

$ОД_ф$ – сума валового (чистого) операційного доходу підприємства у фактичних цінах;

$І_ц$ – середньозважений індекс цін на реалізовану продукцію по відношенню до першого аналізованого періоду.

Після цінового співставлення аналізованих показників визначаються темпи зміни загального сукупного операційного доходу підприємства по окремим етапам звітного періоду. Розрахунки здійснюються по формулі середньої геометричної:

$$Т_{ВОД} = \sqrt[n-1]{\frac{ВОД_n}{ВОД_1}} \times 100 \quad (1.8)$$

де $Т_{ВОД}$ – середній темп зміни (росту або зниження) загальної суми валового операційного доходу в даному відрізку часу (рік або квартал), у %;

$ВОД_п$ – загальна сума валового операційного доходу у співставних цінах в останньому періоді даного відрізка часу (кварталі чи місяці);

$ВОД_1$ – загальна сума валового операційного доходу в першому періоді досліджуваного відрізка часу (в першому кварталі чи місяці);

n – кількість періодів у досліджуваному відрізку часу.

– рівномірність формування операційного доходу підприємства. Для характеристики цієї рівномірності використовуються звичайно показники середньоквадратичного відхилення цих доходів і коефіцієнту їх варіації;

– співвідношення чистого і валового операційного доходу підприємства в аналізованому періоді. У цих цілях розрахується і аналізується в динаміці коефіцієнт чистого операційного прибутку;

– основні чинники, що вплинули на зміну суми валового і чистого операційного доходу підприємства в плановому періоді. У складі цих чинників основна увага в процесі аналізу повинна бути надана: зміні обсягу виробництва продукції; зміні складу виготовленої продукції; зміні рівня цін на окремі види продукції; зміні видів і ставок податкових платежів, що входять в ціну продукції (сплачуваних за рахунок валового операційного доходу).

Результати аналізу дозволяють виявити основні тенденції в розвитку валового і чистого операційного доходу підприємства і врахувати їх в процесі здійснення планових розрахунків [13].

Разом з абсолютними значеннями, в процесі управління формування операційного доходу підприємства використовуються і їх відносні показники. Основними з цих показників є наступні:

– рівень чистого операційного прибутку до обсягу реалізації продукції. Він визначається за формулою:

$$У_{ЧОД}=ЧОД/ОР*100, \quad (1.9)$$

де $У_{ЧОД}$ – рівень чистого операційного доходу до обсягу реалізації продукції %;

ЧОД – сума чистого операційного доходу, отриманого підприємством в даному періоді;

ОР – обсяг реалізації продукції в даному періоді.

– коефіцієнт чистого операційного доходу. Цей показник характеризує питому вагу чистого доходу в загальній сумі валового операційного доходу, тобто дає уявлення про умови оподаткування останнього. Розрахунок цього показника проводиться за формулою:

$$К_{ЧОД}=ЧОД/ВОД*100, \quad (1.10)$$

де $К_{ЧОД}$ – коефіцієнт чистого операційного доходу, у %;

ЧОД – сума чистого операційного доходу, отриманого підприємством в даному періоді;

ВОД – сума валового операційного доходу, отриманого підприємством в даному періоді.

– рівень валового (або чистого) операційного доходу до вартості використовуваних операційних активів. Цей показник характеризує здатність операційних активів генерувати валовий (або чистий) операційний дохід. Розрахунок цього показника проводиться за формулою:

$$У_{ОДА} = \frac{ВОД\ (ЧОД)}{\overline{ÎÏÀ}} \qquad 1.11$$

де $У_{ОДА}$ – рівень валового (або чистого) операційного доходу до вартості використовуваних операційних активів, у %;

ВОД (ЧОД) – сума валового (або чистого) операційного доходу, отриманого підприємством в даному періоді;

$\overline{ÎÏÀ}$ – середня вартість використовуваних операційних активів (розрахована як середня хронологічна).

Як сума, так і рівень сформованих підприємством різних видів операційних доходів залежать від ряду факторів. Основні фактори, що впливають на суму і рівень валового і чистого операційного доходу на підприємствах промисловості і торгівлі, наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Основні фактори, що впливають на формування суми і рівня валового і чистого операційного доходу підприємств промисловості і торгівлі

На промислових підприємствах	**На підприємствах торгівлі**
1. Рівень цін реалізації виробленої продукції	1. Рівень цін закупки товарів у постачальників
2. Обсяг реалізації виробленої продукції	2. Рівень цін реалізації закуплених товарів покупцями 3. Обсяг товарообороту
3. Рівень оподаткування валового операційного доходу	4. Рівень оподаткування валового операційного доходу

Розглядаючи наведені фактори, слідує відмітити, що вони носять агрегований, характер, тобто самі складаються під впливом чинників другого порядку – місткості відповідного товарного ринку, рівня конкуренції на ньому, номенклатури виробленої (реалізованої) продукції тощо. Разом з тим, ці фактори дозволяють повністю забезпечувати управління механізмом формування валового і чистого операційного доходу підприємства, основу якого складають формування ефективної цінової політики та планування операційних доходів [32].

При виборі методу аналізу доходів підприємства доцільно користуватися співвідношенням «витрати-обсяг-прибуток». Цей метод передбачає групування операційних витрат на фіксовані (постійні) й змінні.

Рівень фіксованих витрат, як правило, майже не змінюється при зростанні чи зменшенні обсягів виробництва і реалізації продукції. До них належать:

– амортизаційні відрахування;

– зарплата управлінського персоналу;

– утримання адміністративних приміщень;

– орендна плата;

– проценти за кредит тощо.

Змінні витрати зростають або зменшуються пропорційно обсягам виробництва. Це витрати на закупівлю сировини, матеріалів, спожиту електроенергію, зарплату виробничого персоналу та ін.

Інструментарій методу “витрати-обсяг-прибуток” передбачає визначення порогу рентабельності, валової маржі (маржинального доходу), запасу фінансової стійкості, операційного важелю (операційного левереджу).

Поріг рентабельності – це такі обсяги виробництва й реалізації продукції, за яких підприємство вже не має збитків, але ще не має і прибутку.

Поріг рентабельності визначається за формулою:

$$Qp = \frac{F}{ПВ_{вм}}, \qquad (1.12)$$

де Qp – поріг рентабельності;

F – сума фіксованих (постійних) витрат;

$ПВ_{вм}$ – питома вага валової маржі в сумарних операційних доходах.

Валова маржа (маржинальний дохід) − це різниця між сумарними операційними доходами та змінними витратами.

За своєю структурою валова маржа − це сума постійних витрат і операційного прибутку підприємства, визначається таким чином:

$$ВМ=СОД-З, \quad (1.13)$$

де ВМ – валова маржа підприємства;

СОД – сумарні операційні доходи підприємства;

З – сума змінних витрат;

Запас фінансової стійкості – це зона виробничо-комерційної діяльності, в межах якої формується операційний прибуток підприємства. Розраховується за формулою:

$$ЗФС=СОД-Qp. \quad (1.14)$$

Відповідно операційний прибуток, що формується в зоні запасу фінансової стійкості, визначається таким чином:

$$ОП=ЗФС\times ПВвм. \quad (1.15)$$

Операційний важіль – показник, що характеризує структуру валової маржі. Розраховується за формулою:

$$ОВ=\frac{Вм}{ОП}. \quad (1.16)$$

За величиною операційного важеля визначається рівень підприємницького ризику діяльності підприємства.

При зменшенні виручки від реалізації сила впливу операційного важеля зростає як за підвищення, так і за зниження питомої ваги постійних витрат у загальній їх сумі. Кожен процент зменшення виручки дає дедалі більший процент зниження прибутку, причому сила операційного важеля зростає швидше, ніж зменшуються постійні витрати.

За збільшення виручки від реалізації, якщо поріг рентабельності уже пройдений, сила впливу операційного важеля зменшується: кожен процент приросту виручки дає дедалі менший процент приросту прибутку (при цьому частка постійних витрат у загальній їх сумі знижується) [28].

При формуванні політики управління доходами підприємства слід враховувати, що їх формування знаходияться під впливом як внутрішніх (рівень господарської діяльності на підприємстві, компетентність керівництва та менеджерів, конкурентоспроможність продукції і/або послуг на ринку, зарплата, зміни собівартості продукції, рівень цін на реалізовану продукцію тощо) так зовнішніх (рівень цін на споживані ресурси, у тому числі енергоресурси, конкурентне середовище, бар'єри входу на ринок збуту, податкова система в цілому та рівень податкового навантаження на підприємство, економічна політика державних органів управління, а також політичні та соціальні зміни в країні тощо) факторів. Основні показники зовнішнього середовища, які впливають на рівень доходів підприємства на ведені в таблиці 1.4.

Основними джерелами інформації аналізу доходів господарської діяльності підприємства використовують дані фінансової звітності (ф. 1 «Баланс», ф. 2 «Звіт про фінансові результати», ф 3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. 4 «Звіт про власний капітал», ф. 5 «Примітки до фінансової звітності»); дані бухгалтерського обліку (журнал 5 «Облік витрат», журнал 6 «Облік доходів і результатів діяльності»); статистична звітність; планові дані, а також є офіційні дані державних органів статистики, міністерств, відомств, банківських та державних установ. Ключовим методом управлінського аналізу в цьому аспекті є статистичний, який полягає у визначенні кореляційно-регресійних зв’язків, побудові моделей одиничної та множинної кореляції.

Таблиця 1.4 – Зовнішні чинники впливу на доходи підприємства

Чинники впливу	Напрям впливу
Частка обсягу продажу підпри-ємства в загальному товаро-обороті регіону за рік, %	Зі збільшенням частки обсягу продажу збільшуються доходи від реалізації продукції
ВРП тис. грн.	Ріст ВРП сприяє збільшенню доходів населення, а це в свою чергу стимулює товарооборот в регіоні і збільшує доходи від реалізації продукції
Річний сумарний обсяг дохо-дів населення, тис. грн.	Зі збільшенням доходів населення
Середньомісячна заробітна плата, тис. грн.	Ріст середньомісячної заробітної плати збільшує витрати населення та прискорює товарооборот, що впливає на ріст доходів від реалізації продукції
Обсяг інвестицій в основний капітал, тис. грн.	Зі збільшенням вкладень в основний капітал, зростає вироб-нича потужність, зменшуються витрати ресурсів на вироб-ництво, що призводить до зниження собівар-тості, ціни та росту обсягів продажу в натуральних вимірниках. Це сприяє збільшенню доходів від реалізації продукції. Операції, що пов'язанні з основним капіталом впливають на активізацію операцій з купівлі та продажу основних засобів, що призво-дить до росту інших опера-ційних доходів підприємств
Темп інфляції, %	Зі збільшенням темпів інфляції відбувається зростання усіх видів доходів
Рівень безробіття, %	Зі збільшенням безробіття зменшуються доходи населе-ння і знижується частка витрачань на товари, роботи і послуги. Це обумовлює зменшення доходів від реалізації продукції
Обсяг промислового та сільськогосподарського виробництва, тис. грн.	Зі зміною обсягів промислового та сільськогосподарсь-кого виробництва, може зменшуватись чи підвищува-тись попит на продукцію підприємства, що сприятиме зменшенню (збіль-шенню) доходів від реалізації продукції
Обсяг експорту, тис. грн.	При збільшенні експорту зростають надходження іноземної валюти, яка виступає джерелом формування доходів від реалізації продукції та при змінні валютних курсів – інших операційних доходів.
Обсяг надходження прямих іноземних інвестицій, тис. дол. США	Збільшуються розміри існуючих підприємств чи появля-ються нові, що сприяє збільшенню попиту на окремі ви-ди товарів, робіт послуг, що може сприяти зміні обсягів реалізації та виручки від продажу продукції окремих господарюючих суб'єктів. Сприяє збільшенню фінансо-вих доходів вітчизня-них підприємств-учасників.

У загальному вигляді управління доходами підприємства може мати наступний вигляд (рисунку 1.10)

Рисунок 1.10 – Етапи управління доходами на підприємстві

Аналіз доходів попередніх періодів, пошук шляхів підвищення доходів, виявлення відхилень від планових показників пошук причин та застосування методів коригування рівня доходів дозволить виявити резерви його зростання та прийняти певні управлінські рішення. Основними резервами зростання доходів від реалізації продукції є збільшення обсягу реалізації продукції та підвищення ціни одиниці продукції (таблиця 1.5)

Таблиця 1.5 – Управління резервами росту доходів від реалізації продукції

Резерви зростання доходів від реалізації продукції	**Управлінське рішення**	**Напрями реалізації управлінських рішень**
Збільшення обсягу реалізації продукції	*Активізація маркетингової діяльності*	Розробка ефективної реклами
		Зміна упаковки
		Продаж у кредит
		Післяпродажне та гарантійне обслуговування
		Розроблення системи знижок при покупці визначеного обсягу продукції
	Диверсифікація ринків збуту	Диверсифікація асортименту
		Експорт продукції
		Регіональна диверсифікація
		Участь в тендерах та аукціонах
		Продаж товарів для їх подальшого виробничого споживання
Підвищення ціни одиниці продукції	*Підвищення якісних характеристик*	Зміна зовнішнього дизайну
		Зміна зовнішнього дизайну
	Реалізація різним групам споживачів	Реалізація товарів на біржах, аукціонах
		Продаж за кордоном
		Збільшення реалізації у сезон
		Збільшення функціональних характеристик товару

Поскідбки підприємство отримує доходи не тільки від реалізації продукції, але й здійснює операційну, фінансову та інвестиційну діяльність, тому на підприємстві можуть отримувати додаткові доходи, сукупність відображена у табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Управліннння зростанням доходів, відмінних від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності

Вид доходу	**Управлінське рішення**
Інші операційні доходи	Продаж надлишків сировини, матеріалів, товарів
	Реалізація основних засобів та нематеріальних активів, які не використовуються в діяльності підприємства
	Здача в оперативну оренду основних засобів
	Забезпечення повернення раніше списаної безнадійної дебіторської заборгованості
Інші фінансові доходи	Здача у фінансову оренду основних засобів, які не використовуються у виробництві
	Вкладення тимчасово вільних фінансових ресурсів у високодохідні цінні папери
Інші доходи	Реалізація довгострокових та поточних фінансових інвестицій (акцій, облігацій, корпоративних прав інших підприємств), які є збитковими чи низько доходними

Таким чином, у даному розділі розкрито теоретичні аспекти формування доходів господарської діяльності підприємства. З цією метою досліджено еволюцію та економічну сутність доходів, наведено їх основні різновиди та дано їм детальну характеристику.

Також, тут розглянуто порядок формування доходу від реалізації продукції, фінансових та інших доходів підприємства, а також охарактеризовано їх різновидність.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЮГФУД»

2.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку заморожених напівфабрикатів в Україні

Харчова промисловість є стратегічно важливою галуззю, оскільки підприємства цієї галузі забезпечують населення необхідними продуктами харчування. Рівень розвитку продовольчого ринку впливає на продовольчу безпеку населення та соціально-економічний стан держави. Сучасні тенденції в харчуванні все більше орієнтуються на забезпечення населення повноцінними високоякісними харчовими продуктами, доступними для широкого кола споживачів.

Останнім часом у всьому світі набуло поширення використання низьких температур як методу тривалого зберігання харчових продуктів.

Використання заморожених напівфабрикатів має ряд переваг:

– швидкість і зручність приготування різноманітного асортименту для вітрини закладу торгівлі або харчування;

– можливість випікати в будь-який момент в потрібній кількості;

– завжди гаряча та свіжа випічка на полиці;

– висока і стабільна якість продукції;

– заощадження на організацію технологічного процесу та навчання персоналу, один працівник може випікати;

– індивідуальний супровід технолога;

– термін зберігання до 3 місяців в морозильній камері;

– залишків нереалізованої продукції немає, тому що напівфабрикати готуються тільки на замовлення

Заморожування швидкопсувних харчових продуктів є основним поширеним і надійним способом консервування, який допомагає зберегти високу якість харчових продуктів за рахунок мінімальних змін харчової цінності та органолептичних властивостей.

Сьогодні ринок замороженої продукції активно розвивається, а переробна промисловість в цілому має дуже високий потенціал зростання споживання та ємності ринку. Розвинені країни вже давно оцінили всі переваги заморожування, тому в США заморожені продукти становлять до 70% загального споживання.

Стан сучасного продовольчого ринку України свідчить про те, що з кожним роком зростає частка різних видів напівфабрикатів, серед яких провідне місце посідають заморожені напівфабрикати, виготовлені із сировини тваринного, рослинного походження та комбінованих. .

Структура внутрішнього ринку заморожених напівфабрикатів значно відрізняється від європейського. В Україні основна частка продажів припадає на м'ясні напівфабрикати та вироби з тіста з начинкою, на відміну від європейських, де основна частка припадає на сегмент замороженої піци.

Особливістю українського ринку заморожених напівфабрикатів є невелика частка імпортної продукції, а також її нерівномірний розподіл по регіонах країни. Імпорт в основному продається у великих містах за ціною дорожче вітчизняних аналогів. Українські виробники домінують майже в усіх сегментах ринку заморожених продуктів, за винятком фруктів та овочів та морепродуктів, де все ще переважають іноземні товари.

Зростання цього ринку в основному пов'язане зі зміною способу життя споживачів, збільшенням попиту на фаст-фуд, а також підвищенням якості заморожених напівфабрикатів.

Важливо, що конкурентне середовище формується не тільки і не стільки самими учасниками ринку, взаємодія яких викликає суперництво, скільки в першу чергу відносинами між ними. Загалом ринок замороженої продукції в Україні має високий рівень конкуренції, що забезпечує стабільне підвищення

якості сировини та продукції. Розширюється асортимент продукції, що пропонує українським споживачам. Важливим моментом, який може вплинути на динаміку ринку напівфабрикатів, є розширення пропозиції охолоджених кулінарних виробів, які сприймаються споживачами як кращі за заморожені аналоги. Можна прогнозувати, що орієнтація виробників на натуральність (відсутність шкідливих добавок) і високі споживчі властивості буде однією з основних тенденцій ринку в майбутньому.

Ринок заморожених продуктів в Україні має великий потенціал. Проте є й проблеми, які гальмують розвиток усієї галузі. Перш за все, це технологічні труднощі, сезонний попит, потреба в «холодній логістиці», слабкий контроль якості сировини, тривалості окупності інвестицій.

Сьогодні у відносинах між сировинною та переробною галузями продовольчого ринку існують певні проблеми, які можна успішно усунути шляхом впровадження механізму субпідряду – типу договору, за яким одна компанія (підрядник) доручає іншій (субпідряднику) виробництво. певні продукти.

Також однією з найважливіших складових розвитку харчової промисловості є активізація діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, спрямованої на створення належних умов розвитку харчової промисловості та суміжних галузей, розробку механізму управління харчовими продуктами як основи сталого соціального розвитку.

Підсумовуючи, доцільно виділити основні тенденції виробництва та споживання заморожених напівфабрикатів в Україні:

– високий потенціал зростання споживання та місткості ринку, незважаючи на негативний вплив уповільнення економічного зростання та зниження доходів населення;

– насичення окремих сегментів ринку і в результаті може сповільнити темпи його розвитку, чого можна уникнути, розробляючи і запускаючи нові продукти, вибираючи правильний сегмент і правильну маркетингову стратегію;

– домінування українських виробників на ринку та збільшення експорту;

– посилення конкуренції та активізація основних операторів ринку у напрямку модернізації виробництва та розширення асортименту;

– домінування на ринку вагової продукції, що обумовлено низькою вартістю, але поступовим зростанням попиту у великих містах на заморожені напівфабрикати в цінових сегментах «середній плюс» і «преміум»;

– розширення та популяризація нових видів заморожених напівфабрикатів із рослинної сировини високої біологічної цінності, високої якості та безпеки за доступною ціною.

2.2. Організаційно-правові основи діяльності ТОВ «ЮГФУД»

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЮГФУД» є юридичною особою за законодавством України, що діє згідно з Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, Законами України «Про товариства з обмеженою відповідальністю», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими чинними законодавчими актами.

Товариство є суб'єктом господарювання, за способом створення Статутного капіталу є корпоративним, та створено на основі приватної власності Учасника(ів) Товариства.

Учасником товариства є фізична особа, громадянин України.

Повне найменування Товариства: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЮГФУД», скорочене: ТОВ «ЮГФУД».

Юридична адреса: 65025, м. Одеса, 19км Старокиївської дороги.

Товариство має самостійний баланс, рахунки в банках України, круглу печатку зі своєю назвою. Учасник(и) Товариства не відповідають за його зобов'язаннями і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства у межах вартості своїх вкладів. За родом своєї діяльності для досягнення цілей та виконання задач Товариство є учасником зовнішньоекономічної діяльності.

Для здійснення своїх статутних цілей Товариство має право:

– укладати на території України таінших держав будя-які угоди та інші юридичні акти;

– створбвати філії, представництва, дочірні підприємства та інші структурні підрозділи як на території України, так і за її межами;

– вести самостійну зовнішньоекономічну діяльність;

– купувати, орендувати, брати у лізінг рухоме та нерухоме майно, а також матеріальні ресурси, в тому числі і основні засоби виробництва у відповідності з чинним законодавством фізичних та юридичних осіб України та інших держав;

– створювати та реєструвати власні торгові марка (знак для товарів та послуг);

– самостійно визначати форми та систему оплати праці, її організацію та нормування.

Основною метою діяльності Товариства є здійснення будь-якої підприємницької діяльності, яка не заборонена чинним законодавством України та відповідає меті, передбаченій Статутом, отримання прибутку за рахунок виробничої, підприємницької, комерційної та інших видів діяльності в різноманітних галузях господарювання і забезперення на цій основі соціально-економічних потреб суспільства, а також зростання добробуту учасників та працівників Товариства.

Предметом діяльності Товариства є здійснення торговельної, виробничої, інжинірингової, фінансової, інноваційної, консультаційної, посередницької та іншої діяльності, зовнішньоекономічної діяльності, а також надання послуг у сферах, що не суперечать чинному законодавству України,

Предмет діяльності Товариства реалізується у наступних основних напрямках:

– виробництво харчових продуктів;

– виробництво напівфабрикатів, для подальшого приготування на місцях продажу:

– виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів;

– виробництво готової їжі та страв;

– оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами;

– оптова торгівля за винагороду чи на основі контракту;

– оптова торгівля товарами господарського призначення;

– оптова торгівля сільськогосподарськими машинами й устаткуванням;

– інші види спеціалізованої оптової торгівлі;

– діяльність ресторанів, кафе, надання послуг мобільного харчування.

Для забезпечення діяльності Товариства за рахунок вкладів його Учасника(ів) створений статутний капітал у розмірі 25000 грн. Статутний капітал Товариства розподіляється наступним чином:

Власник	Розмір внеску до статутного капвталу, грн.	:% частки у статутному капіталі
Волков Валерій Іванович	25000,00	100%

Обсяги реалізації продукції ТОВ «ЮГФУД» у 2018-2020 роках наведено в таблиці 2.1 та рисунку 2.1.

Таблиця 2.1 – Динаміка основних показників за видами економічної діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки, тис.грн.

№	Показники	Рік			Відхилення			
					201 2020/2018 рр.		2020/2019 рр.	
		2018	2019	2020	Абсо-лютне відхил.	Темп приро сту, %	Абсо-лютне відхил.	Темп приро сту, %
1	Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) без ПДВ	218466	458719	515673	297207	в 2,3 раза	56954	12,4

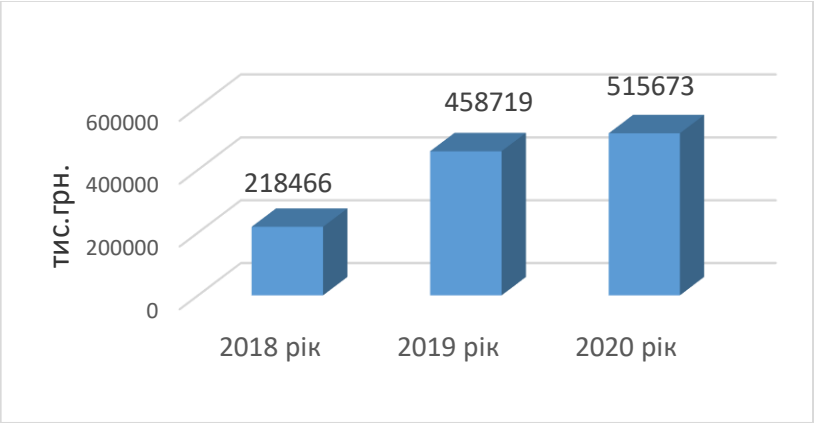


Рисунок 2.1 – Динаміка обсягу реалізованої продукції ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 рр.

Дані таблиці 2.1 та рисунку 2.1 свідчать про нарощування обсягів реалізованої продукції. У 2018 р. обсяг реалізованої продукції склав 218466тис. грн., у 2019 р. – 458719 тис.грн., у 2020 році підприємство реалізувало продукції на суму 515673 тис. грн., в 2,3 раза більше порівняно з 2018 роком та на 12,4% більше порівняно з 2019 роком Збільшення обсягів реалізації продукції свідчить про ефективну господарську діяльність ТОВ «ЮГФУД».

В загальному обсязі реалізованої продукціїї (робіт, послуг) ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році виробництво продукції однорідної групи «Ролліні та аналоги, кріспі ролли» складало 370976,6 тис.грн. або 58,6% від загального обсягу реалізації, бонетної продукції – 168804,4тис.грн. або 26,7% від загального обсягу, виробів з тіста Філо – 33924,0 тис.грн. або 5,4% від загального обсягу реалізації, тіста та хлібів – 59042,2 тис.грн. або 9,3% від загального обсягу реалізації (таблиця 2.2 та рисунок 2.2)

Таблиця 2.2 – Обсяг реалізованої продукції ТОВ «ЮГФУД» за 2020 рік

№ пп	Найменування продукції	тис.грн.	%
1	Ролліні та аналоги, кріспі ролли	370976,6	58,6
2	Вироби з тіста Філо та інші	33924,0	5,4
3	Бонетна продукція	168804,4	26,7
4	Тісто, хліб	59045,2	9,3
	Всього	632750,2	100,0

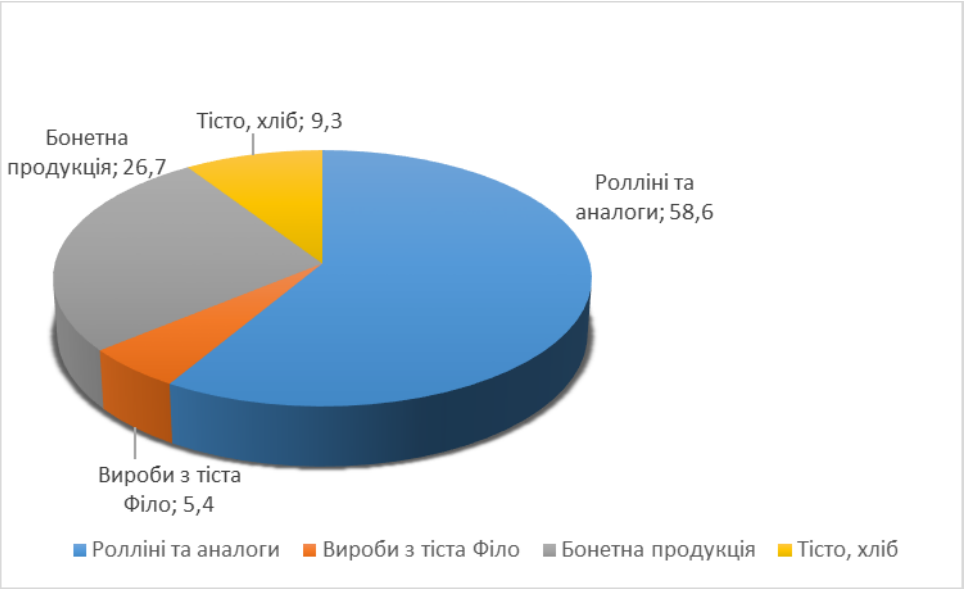


Рисунок 2.2 – Структура реалізованої продукції ТОВ «ЮГФУД» за 2020 рік

З загального обсягу виробленої продукції в Україні реалізовано виробів на суму 513428,8 тис.грн. або 81,1%, експортовано продукції на суму 119321,3 тис.грн. або 18,9% (рисунок 2.3). Експортувалась продукція ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році до Білорусі, Молдови, Придністров'я, Азербайджану, ОАЕ, США, В'єтнаму.

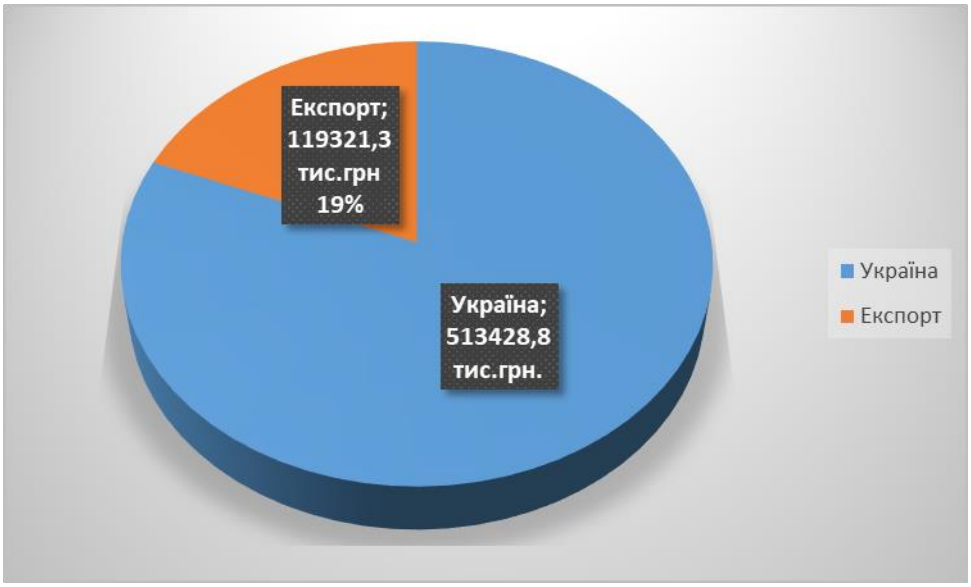


Рисунок 2.3 – Структура внутрішнього спроживання та експорту продукції ТОВ «ЮГФУД» за 2020 рік

В Україні продукція ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році реалізовувалася через дистриб'ютерську мережу – 324946, 9 тис.грн. або 63,3%; через торгові марки

для інших виробників – 184377,7 тис.грн. або 35,9% та через власну мережу VERTUTA – 4104,2 тис.грн. або 0,8% (Таблиця 2.3 та рисунок 2.4)

Таблиця 2.3 – Канали реалізації продукціїї ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році

Канали реалізації продукціїї	**тис.грн.**	**%**
Дистриб'юція	324946, 9	63,3
Торгові марки для інших виробників	184377,7	35,9
Власна мережа VERTUTA	4104,2	0,8
Всього в Україні	513428,8	100,0

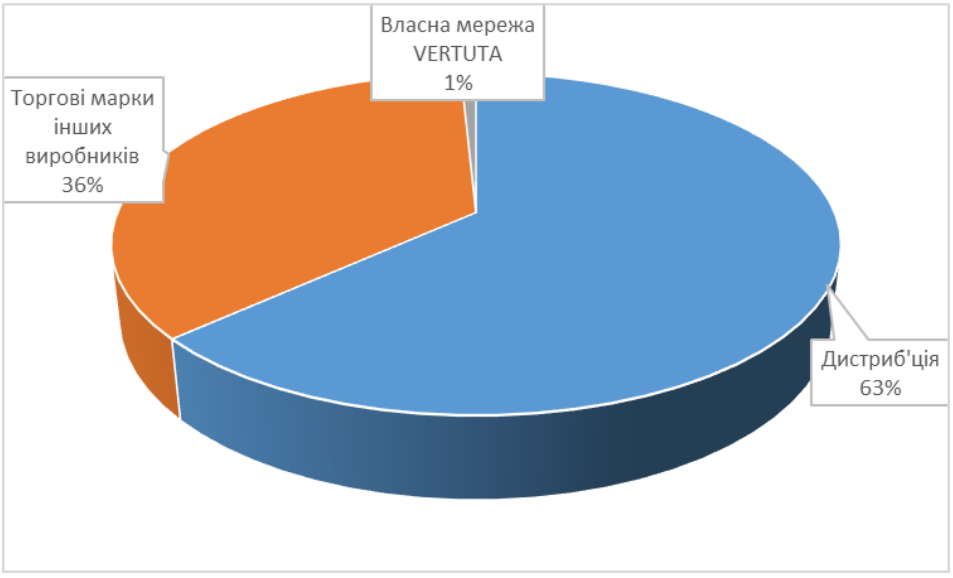


Рисунок 2.4 – Канали реалізації продукціїї ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році

Одним із найважливіших елементів внутрішнього середовища підприємства є його організаційна структура управління. Організаційна структура регулює: розподіл завдань по відділах і підрозділах підприємства; компетентність відділів та підрозділів у вирішенні певних проблем; загальну взаємодію відділів та підрозділів.

Під структурою управління розуміється упорядкована сукупність взаємопов’язаних елементів, які знаходяться між собою в сталих відношеннях, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

На підприємстві діє лінійно-функціональна організаційна структура управління. Вона базується на розподілі повноважень та відповідальності за функціями управління, а також на прийнятті рішень по вертикалі. Управління на підприємстві організовується за лінійною схемою, функціональні ж

підрозділи апарату управління лише допомагають лінійним керівникам вирішувати поставлені завдання. Лінійні керівники не є підлеглими керівникам функціональних підрозділів апарату управління. Застосування такої організаційної структури управління найбільш доцільне в умовах масового виробництва зі сталим асортиментом продукції, незначних еволюційних змін технології виробництва продукції.

На рисунку 2.5 зображено організаційну структуру управління ТОВ «ЮГФУД».

Виробнича структура підприємства – сукупність виробничих ланок, їхня кількість розміри, співвідношення між ними за кількістю працівників, використовуваних виробничих фондів. В основі формування виробничої структури підприємства – частковий поділ праці. Одна або кілька стадій виробничого процесу організаційно оформляються у відповідні структурні підрозділи підприємства. До виробничих відносять підрозділи, в яких здійснюється основне виробництво, а також допоміжні й ті, що обслуговують основне виробництво.

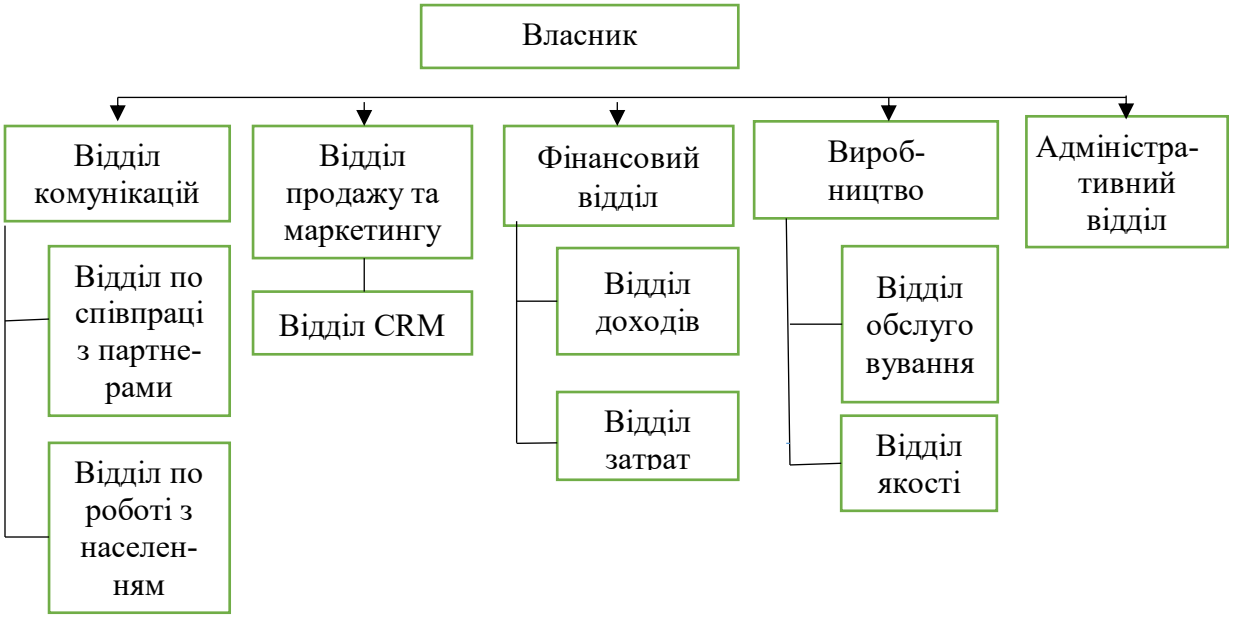


Рисунок 2.5 – Організаційна структура управління ТОВ «ЮГФУД»

На рис. 2.6 зображено виробничу структуру підприємства.

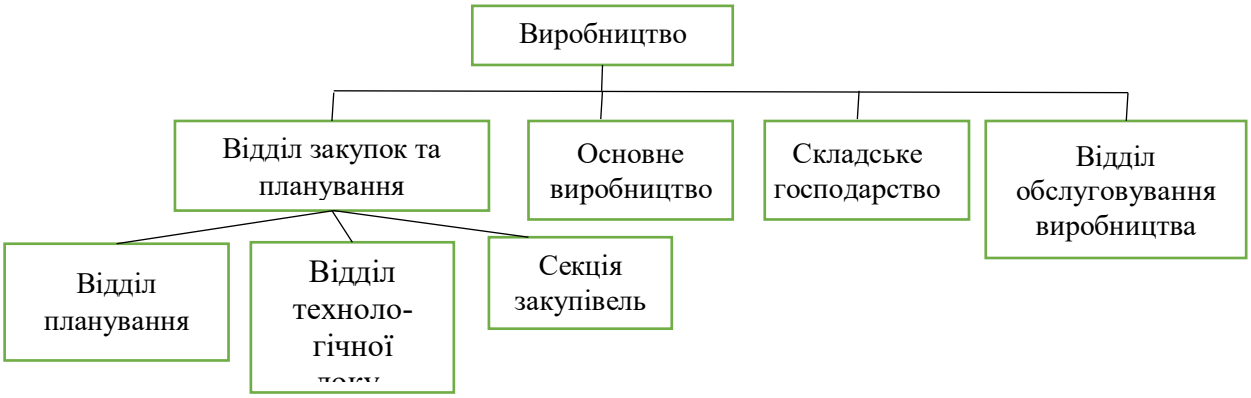


Рисунок 2.6 – Виробнича структура ТОВ «ЮГФУД»

На ТОВ «ЮГФУД» виробнича структура відноситься до змішаного типу, тобто заготівельні цехи і ділянки будуються за технологічним принципом, а обробні та складальні - за предметним.

Також за видом виробнича структура підприємства є комбінованою, тобто виробничі підрозділи організуються на основі жорстких технологічних зв'язків, що представляють собою безперервні технологічні потоки. Всі структурні підрозділи розташовані на одному майданчику і являють собою єдиний виробничо-технологічний та територіальний комплекс спеціалізованих виробництв, пропорційних між собою по потужності (пропускної спроможності).

2.3. Аналіз економічного та фінансового стану ТОВ «ЮГФУД»

Для визначення рівня ефективності діяльності ТОВ «ЮГФУД» проведемо аналіз основних економічних та фінансових результатів його господарської діяльності. Саме результати фінансово-економічних показників діяльності підприємства є головними індикаторами успішності підприємства на ринку та його конкурентоспроможності.

Економічні та фінансові показники діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 рр. наведені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Економічні та фінансові показники діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№	Показники	Одиниці вимірy	Рік			Відхилення			
						2020р. до 2018р.		2020р.до 2019р.	
			2018р	2019р	2020р.	Абсолютне	Темп приросту, %	Абсолютне	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	1. КАПІТАЛ ТА РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА								
1.1	Середня вартість сукупного капіталу	тис. грн.	59407	110942	158510	99103	в 2,7 раза	47568	42,9
1.2	Середня вартість власного капіталу	тис. грн.	2463	9198	17578	15115	в 7,1 раза	8380	91,1
1.3	Основні засоби								
1.3.1	за первинною вартістю на кінець року	тис. грн.	36803	75024	84502	47699	в 2,3 раза	9478	12,6
1.3.2	знос на кінець року	тис. грн.	7718	18282	34817	27099	в 4,5 раза	16535	90,4
1.3.3	середньорічна вартість основних засобів	тис. грн.	19994	44641	76269	56275	в 3,8 раза	31628	70,9
1.5	Оборотні активи								
1.5.1	усього на кінець року	тис. грн.	44649	87952	76530	31880	71,0	-11422	-13,0
1.5.2	дебіторська заборгованість на кінець року	тис. грн.	43569	75061	61162	17592	40,4	-13899	-18,5
1.5.3	Запаси на кінець року	тис. грн.	671	6421	7122	6451	в 10,6 раза	701	10,9
1.5.4	Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	тис. грн.	404	5377	8116	7712	в 20,1 раза	2739	150,94
1.5.5	середні залишки оборотних засобів	тис. грн.	37209	66301	82241	45031	в 2,2 раза	15940	24,0
1.6	Середньооблікова чисельність								
1.6.1	середньооблікова чисельність працівників	чол.	122	133	146	24	20,0	13	10,0
1.6.2	середньооблікова чисельність робітників	чол.	102	113	125	23	22,5	12	10,6
	2. ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ								
2.1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	218401	457852	511187	292786	в 2,3 раза	53334	11,7

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	218466	458719	515673	297207	в 2,3 раза	56954	12,4
2.4	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	178235	360975	398923	220688	в 2,2 раза	37948	10,5
2.7	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн.	8151	20486	32441	24289	в 4,0 раза	11955	58,4
2.8	Чистий прибуток	тис. грн.	6617	16692	26495	19877	в 4,0 раза	9803	58,7
2.9	Фонд оплати праці усіх працівників	тис. грн.	2142,8	3824,5	4496,8	2354,0	в 2,1 раза	672,3	17,6
	3. ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ								
3.1	Продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особа	1790	3442	3501	1711	95,6	58	1,7
3.2	Продуктивність праці одного робітника	тис. грн. / особа	2141	4051	4089	1948	91,0	38	0,9
3.4	Середньомісячна заробітна плата одного працівника	тис. грн..	17,56	28,75	30,80	13,24	в 1,7 раза	2,05	7,1
3.5	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року		20,97	24,37	41,20	20,23	-	16,83	-
3.8	Фондовіддача	грн./ грн.	10,93	10,27	6,76	-4,16	в 6,1 раза	-3,51	-34,2
3.9	Фондоозброєність праці працівників	тис. грн./ чол.	163,88	335,65	522,39	358,51	в 3,2 раза	186,74	55,6
3.10	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів	оборо-ти	3,73	4,46	6,29	2,56	68,6	1,83	41,0
3.11	Середній період обороту оборотних засобів	дні	33,41	35,58	54,46	21,05	63,0	18,88	53,1
3.12	Коефіцієнт обіговості активів	грн./ грн.	3,68	4,13	3,25	-0,43	-	-1,05	-
3.13	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості	оборот и	5,87	6,91	6,21	0,34	-	-0,73	-
3.14	Середній період обороту дебіторської заборгованості	дні	62,18	52,82	58,78	-3,4	-5,5	5,96	11,3
3.15	Коефіцієнт обіговості запасів	обороти	1,93	2,95	2,68	0,75	-	-0,27	-
3.16	Середній період зберігання запасів	дні	62,17	52,75	58,21	-3,96	-6,4	5,46	10,4

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.17	Тривалість операційного циклу	дні	63,56	55,57	63,52	-0,04	-0,1	7,95	14,3
	4. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ								
4.1	Рентабельність продажу	%	3,03	3,64	5,14	2,11	-	1,5	-
4.2	Рентабельність активів	%	33,10	37,39	34,74	1,64	-	-2,65	-
4.3	Рентабельність власного капіталу	%	268,66	181,47	150,73	-117,93	-	-30,74	-

Аналізуючи фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 рр., наведені у таблиці 2.4, можемо зробити такі висновки: середня вартість сукупного капіталу у 2020 р. мала значення – 59407 тис. грн., що на 99103тис. грн. аба в 2,7 раза більше у порівнянні з 2018 р. та на 47568 тис. грн. або на 42,9% бідьше ніж у 2019 р. Середня вартість власного капіталу у 2020 р. склала 17578 тис. грн., що на 15115 тис. грн. або на 7,1 раза більше у порівнянні з 2018 р. та на 8380 тис. грн. або на 91,1% більше відносно 2019 р. Збільшення розміру власного капіталу є позитивним для підприємства. Графічно динаміка середньої вартості власного капіталу наведена на рисунку 2.7.

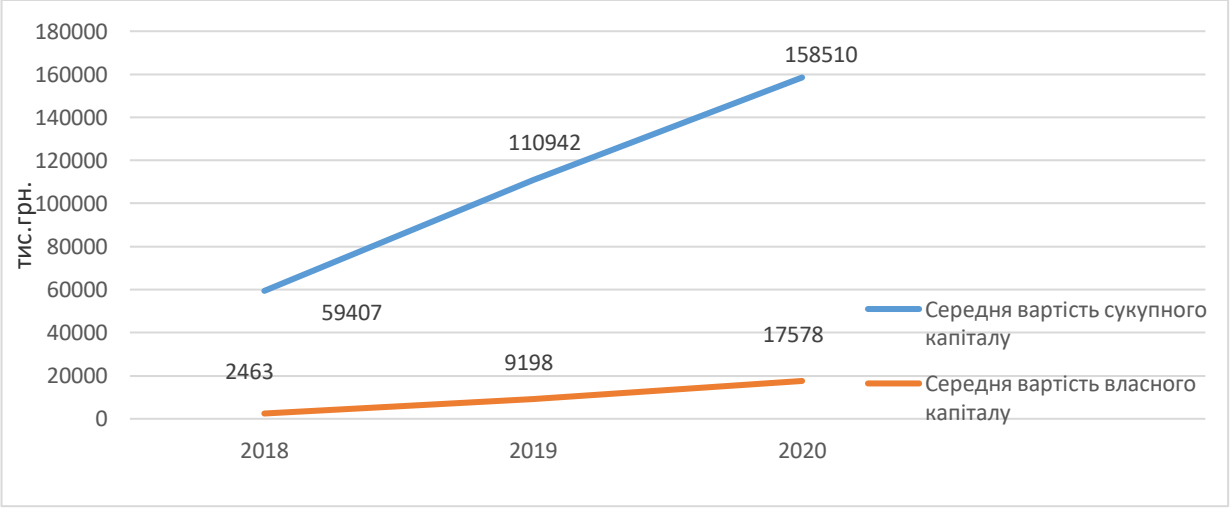


Рисунок 2.7 – Динаміка середньої вартості сукупного та власного капіталу ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Продовжимо аналіз економічного та фінансового стану ТОВ «ЮГФУД» з аналізу персоналу та ефективності його використання (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 – Аналіз продуктивності праці ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Показники	Одиниці виміру	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення 2020 року до 2018 року	
					+/-	%
1. Обсяг виробництва продукції, робіт, послуг	тис. грн.	218401	457853	511188	292786	в 2.3 раза
2. Середньоспискова чисельність працівників	осіб	122	133	146	24	20,0
3. Середньоспискова чисельність робітників	осіб	102	113	125	23	22,5
4. Питома вага робітників у складі персоналу підприємства	%	83,6	84,5	85,6	2,0	
5. Фонд оплати праці працівників	тис. грн.	2142,8	3824,5	4358,1	2215,3	в 2 раза
6. Середньорічна продуктивність праці:						
- одного працівника	тис. грн./ особу	1790	3442	3501	1711	95,6
- одного робітника	тис. грн./ особу	2141	4051	4089	1948	91.0
7. Середньомісячна заробітна плата одного працівника	грн.	17,56	28,75	29,85	12,29	70,0

Забезпеченість підприємств кваліфікованими працівниками має велике значення для збільшення обсягів продукції і підвищення ефективності виробництва. виробництва продукції, її собівартість, прибуток та інші економічні показники. На підприємстві ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році відбулося змбільшення кількості працівників у порівнянні з 2018 роком на 24 чол. Або на 20,0%, у порівнянні з 2019 роком на 13 чол. або на 9,8% (рисунок 2.8).

Ефективність використання трудових ресурсів відображає показник продуктивності праці одного працівника. У 2020 році порівняно з 2018 роком середньорічна продуктивність праці одного працівника в ТОВ «ЮГФУД» за

зросла на 1711 тис.грн./особ. або на 95,6%, а в порівнянні з 2019 роком зросла на 58,8 тис.грн./особ. або на 1,7% (рисунок 2.9)

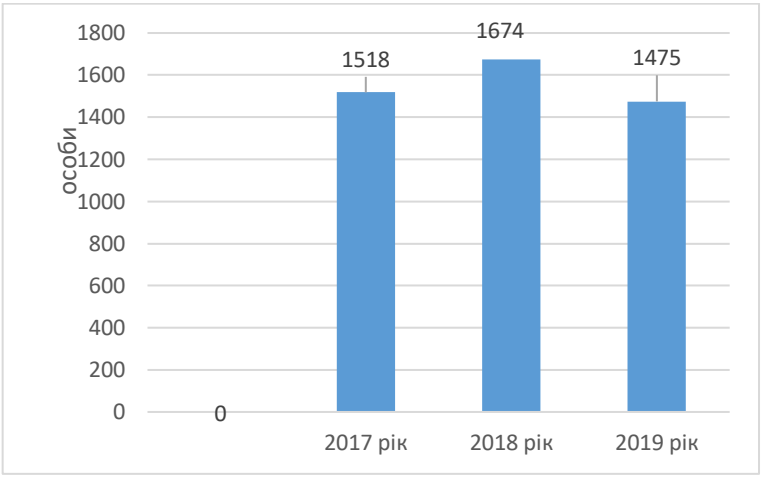


Рисунок 2.8 – Динаміка середньооблікової чисельності працівників ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

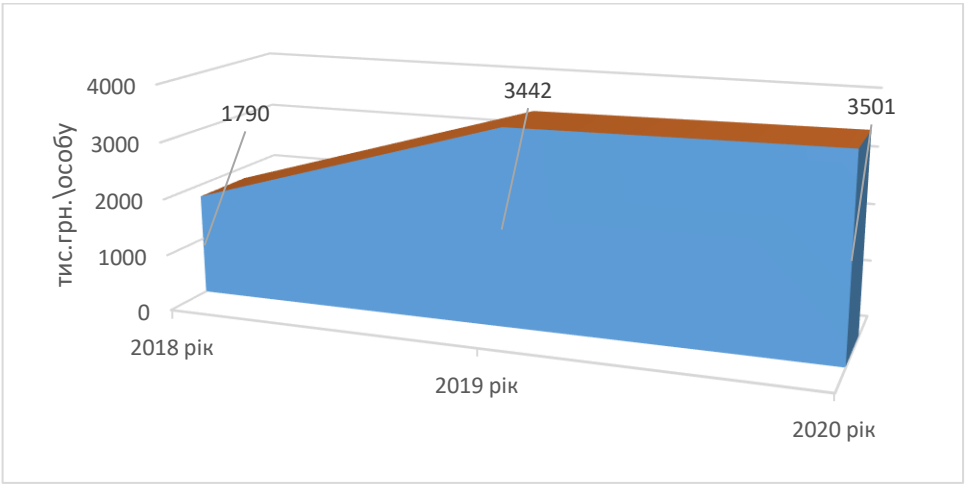


Рисунок 2.9– Динаміка продуктивності праці одного працівника ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Фонд оплати праці працівників за період, що аналізується збільшився на 2215,3 тис.грн., або в 2 раза, середньомісячна заробітна плата одного працівника зросла на 12290 грн. або на 70,0%.

Економічний та фінансовий стан підприємства залежить від правильності обрання джерел формування майна підприємства та ефективності його використання майна підприємства. Дамо оцінку стану та джерел формування майна ТОВ «ЮГФУД». Для цього проведемо аналіз

складу, структури та динаміки майна підприємства; аналіз джерел формування активів підприємства, визначимо долю залученого капіталу в пасиві балансу підприємства.

Розглянемо склад і структуру майна (необоротних та оборотних активів) ТОВ «ЮГФУД» (таблиця 2.6)

Таблиця 2.6 – Динаміка стану майна ТОВ «ЮГФУД» на кінець року за 2018-2020 роки, тис.грн.

№ пп	Показники	Роки			2020 від 2018		2020 від 2018	
					Відхилення			
		2018	2019	2020	Абсо-лютне	Темп зрост, %	Абсо-лютне	Темп зрост, %
1	Усього майна	76409	145475	171545	95136	в 2,2 раза	26070	17,9
1.1	Необоротні активи	31759	57523	95015,2	63256	в 3 раза	37493	65,2
	у % до п.1	41,6	39,5	55,4	13,8		15,9	
1.1.1	Нематеріальні активи	-	-	13	13		13	
	у % до п.1.1							
1.1.2	Незавершені капі-тальні унвестиції	2674	781	45317	42643	в 16,9 раза	44536	в 58,0 раза
	у % до п.1.1	8,4	1,4	47,7	39,3		46,3	
1.1.3	Основні засоби	29086	56742	49685	20599	70,8	-7057	-12,4
	у % до п.1.1	91,6	98,6	52,3		-38,3	-46,3	
1.2.	Оборотні активи	44650	87953	76530	31881	71,4	-11423	-13,0
	у % до п.1	58,4	60,5	44,6	-13,8		-15,9	
1.2.1	Запаси	671,3	6421,5	7122,6	6451,3	в 10,1 раза	701,1	10,9
	у % до п.1.2	1,5	7,3	9,3	7,8		2,0	
1.2.2	Дебіторська заборгованість	43573	75061	61162	17589	40,4	-13899	-18,5
	у % до п.1.2	97,6	85,3	79,9	-17,7		-5,4	
1.2.3	Гроші та їх еквіваленти	404,7	5377,7	8116,9	7712,2	в 19,2 раза	2739,2	50,9
	у % до п.1.2	0,9	6,1	10,6	9,7		4,5	
1.2.4	Інші оборотні активи	-	1092	128,3	-	-	-963,7	-88,3
	у % до п.1.2	-	1,2	0,2	-	-	-1,0	-

З таблиці 2.6 видно, що вартість майна ТОВ «ЮГФУД» зростала в 2020 році порівняно з 2018 роком на 95136 тис. грн. (в 2,2 раза) та порівняно з 2019 роком на 26070 тис. грн. (на 17,9%).

В досліджуваному періоді зростання вартості майна було спричинене зростанням як величини необоротних активів на 63256 тис. грн. (в 3 раза), так і оборотних активів підприємства, які зросли у 2020 році порівняно з 2018 роком на 31881 тис.грн. (на 71,4%), а порівняно з 2019 роком зменшились на 11423 тис.грн. (на 13,0%) (рисунок 2.10).

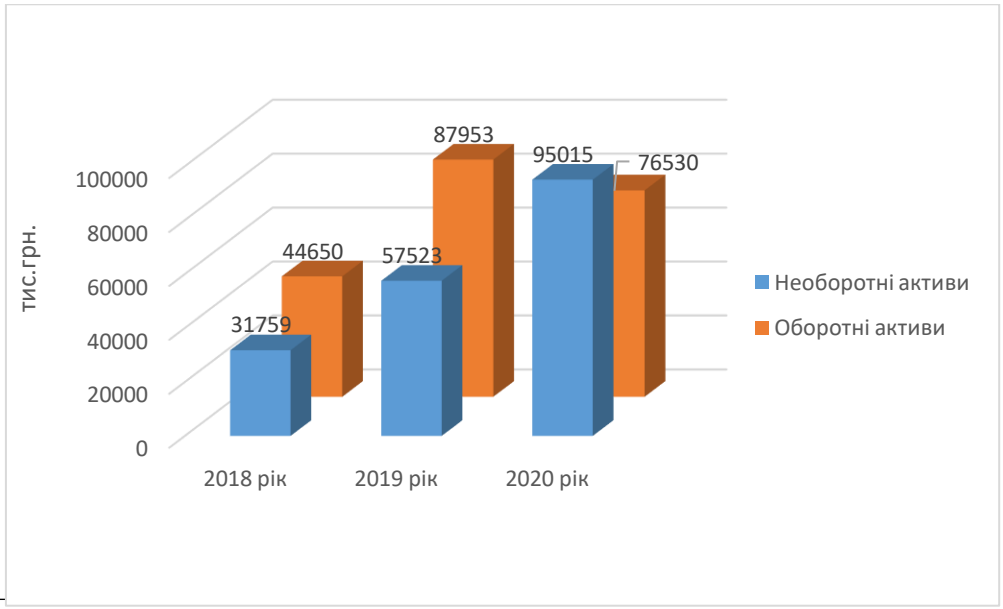


Рисунок 2.10 – Динаміка необоротних та оборотних активів ТОВ «ЮГФУД» на кінець року за 2018-2020 роки

В активах досліджуваного підприємства частка необоротних активів зросла з 41,6% у 2019 році, до 55,4% у 2020 році. Відповідно частка оборотних активів зменшилась відповідно з 7858,4% у 2018 році до 44,6% у 2020 році.

Щодо джерел формування активів ТОВ «ЮГФУД» (таблиця 2.7), то протягом 2018-2020 років ТОВ «ЮГФУД»

– власний капітал збільшився в 4,8 раза – з 3526 тис.грн. у 2018 році до 14780 тис.грн. у 2019 році та до 20286 тис.грн. у 2020 році;

– позиковий капітал за цей же період в 2,1 раза –з 72883 тис.грн. у 2018 році до 130605 тис.грн. у 2019 році та до 151259 тис.грн. у 2020 році.

В структурі власного капіталу доля нерозподіленого прибутку у 2018 році склала 99,3%, у 2019 році – 99,8%, у 2020 році – 99,9%.

Позиковий капітал ТОВ «ЮГФУД» формувався за рахунок довгострокових позик (на 15,7% у 2018 році, 8,3% у 2019 році, на 7,1% у 2020 році), короткострокових позик (на 19,2% у 2018 році, 24,2% у 2019 році, на 29,9% у 2020 році), кредиторської заборгованості (на 47,0% у 2018 році, 52,7% у 2019 році, на 53,2% у 2020 році) та інших зобов'язань (на 18,2% у 2018 році, 14,7% у 2019 році, на 10,6% у 2020 році).

Таблиця 2.7 – Динаміка джерел формування майна ТОВ «ЮГФУД» на кінець року за 2018-2020 роки, тис.грн.

№ пп	Показники	Роки			2020 від 2018		2020 від 2018	
					Відхилення			
		2018	2019	2020	Абсолютне	Темп зрост, %	Абсолютне	Темп зрост, %
1	Джерела формування майна	76409	145475	171545	95136	в 2,4 раза	26070	17,9
1.1	Власний капітал – усього	3526	14870	20286	16760	в 4,8 раза	5416	36,4
	у % до п.1	4,6	10,2	11,8	7,2		1,6	
1.1.1	Зареєстрований (пайовий) капітал.	25	25	25	0	0	0	0
	у % до п.1.1	0,7	0,2	0,1	-0,6		0,0	0,7
1.1.2	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	3501	14845	20261	16760	в 4,8 раза	5416	36,5
	у % до п.1.1	99,3	99,8	99,9	0,6		0,1	99,3
1.2.	Позиковий капітал	72883	130605	151259	78376	в 2,1 раза	20654	15,8
	у % до п.1	95,4	89,8	88,2	-7,2		-1,6	
1.2.1.	Довгострокові позики	11446	10856	10806	-640	-5,6	-50,2	-0,5
	у % до п.1.2	15,7	8,3	7,1	-8,6		-1,2	
1.2.2.	Короткострокові позики	13984	31620	45280	31296	в 3,2 раза	13660	43,2
	у % до п.1.2	19,2	24,2	29,9	10,7		5,7	
1.2.3.	Кредиторська заборгованість	34220	68884	79117	44897	в 2,3 раза	10233	14,9
	у % до п.1.2	47,0	52,7	52,3	5,4		-0,4	
1.2,4.	Інші поточні зобов'язнання	13233	19245	16056	2823	21,3	-3189	-16,6
	у % до п.1.2	18,2	14,7	10,6	-7,5		-4,1	

Структура джерел формування майна ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році приведена на рисунку 2.11.

Рисунок 2.11 – Структура джерел формування майна ТОВ «ЮГФУД» у 2020 році

Основним складовим елементом майна ТОВ «ЮГФУД» є основні фонди. У таблиці 2.8 приведені дані про стан та рух основних засобів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.8 – Аналіз стану та руху основних засобів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки.

№ пп	Показники	Роки			2020 від 2018		2020 від 2018	
					Відхилення			
		2018	2019	2020	Абсо-лютне	Темп зрост, %	Абсо-лютне	Темп зрост, %
1	Вартість основних засобів на кінець року (первісна вартість), тис. грн.	36803	75024	84502,3	47699	в 2,3 раза	9478	12,6
2	Знос основних засобів, тис. грн.	7718	18282	34817,3	27100	в 4,5 раза	16535	90,4
3	Залишкова вартість основних засобів, тис. грн.	29086	56742	49685	20599	70,8	-7057	-12,4
4	Коефіцієнт зносу	0,210	0,243	0,412	0,20		0,169	
5	. Коефіцієнт придатності	0,79	0,757	0,588	-0,202		-0,169	
6	Коефіцієнт оновлення	0,218	0,309	0,145	-0,073		-0,164	
7	Коефіцієнт вибуття	0,004	0,090	0,419	0,415		0,329	

Первісна вартість основних засобів у 2018 році складала 36803 тис.грн. , у 2019 році їх вартість зросла до 75024 тис. грн., у 2020 році вона збільшилась до 84502 тис.грн. У 2020 році первісна вартість основних фондів порівняно з 2018 роком зросла на 2,3 раза, порівняно з 2019 роком – на 12,6%.

В продовж 2018-2020 років на підприємстві значно оновилися основні засоби. За цей період надійшло основних засобів на суму 47699 тис.грн., вибуло застарілих основних засобів на суму 546 тис.грн. Коефіцієнт зносу підвищився з 0,210 у 2018 році до 0,412 у 2020 році, відповідно коефіцієнт придатності зменшився з 0,579 у 2018 році до 0,588 у 2020 році.

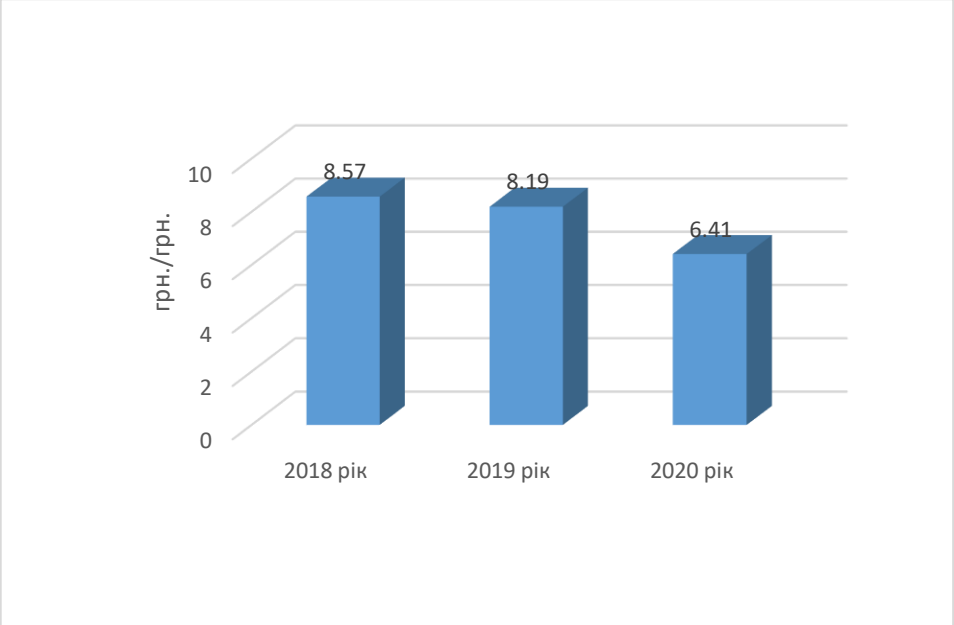
Одним з найважливіших завдань підприємства в сучасних умовах, є підвищення ефективності використання основних засобів. Динаміка показників ефективності використання основних засобів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки наведена в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Аналіз показників ефективності використання основних засобів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№ пп	Показники	Роки			2020 від 2018		2020 від 2018	
					Відхилення			
		2018	2019	2020	Абсолютне	Темп зрост, %	Абсолютне	Темп зрост, %
1	Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг, тис. грн.	218401	457853	511188	292786	в 2,3 раза	53335	11,7
2	Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	9684	24885	44127	34444	в 4,5 раза	19243	77,3
3	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	25492	55914	79763	54271	в 3,1 раза	23850	42,7
4	Середньоспискова чисельність працівників, осіб	122	133	146	24	19,7	13	9,0
5	Фондовіддача, грн./грн.)	8,57	8,19	6,41	-2,16	-25,2	-1,78	-21,7
6	Фондоозброєність праці, тис. грн./особу	208,95	420,40	546,32	337,37	в 2,6 раза	125,92	30,0
7	Рентабельність основних засобів, %	38,0	44,5	55,3	17,3		10,8	

Дані таблиці 2.9 дають можливість зробити висновок, що за період 2018-2020 роки чистий дохід підприємства збільшився у 2020 році порівняно з 2018 роком в 2,3 раза, порівняно з 2019 роком – на 11,7%, прибуток від операційної діяльності у 2020 році порівняно з 20178 роком збільшився на 34444 тис. грн. (в 4,5 раза), порівняно з 2019 роком збільшився на 19243 тис.грн. (на 77,3%). Значне збільшення чистого доходу від реалізації продукції та прибутку від операційної діяльності позитивно відобразилось на показниках ефективності використання основних засобів ТОВ «ЮГФУД». Однак враховуючи те, що вартість основних засобів за 2018-2020 роки зросла 3,1 раза, а чистий дохід в 2,3 раза – фондовіддача зменшилась з 8,57 грн/грн. у 2018 році до 6,41 грн./грн. у 2020 році (на 25,2%), рентабельність основних фондів підвищилась з 38,0% у 2018 році, до 44,5% у 2019 році та до 55,3% у 2020 році.

Динаміка показників фондовіддачі та рентабельності показана на рисунках 2.12 та 2.13.



Риунок 2.12 – Динаміка фондовіддачі ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

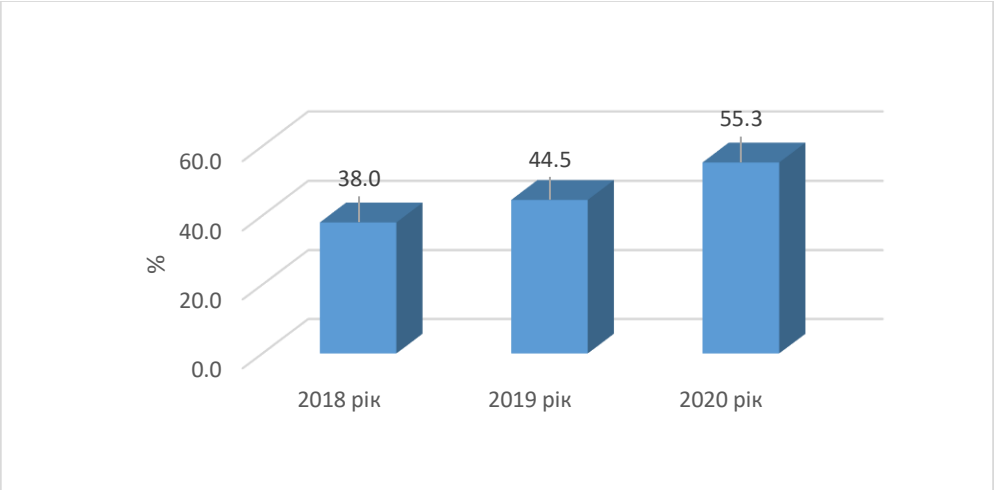


Рисунок 2.13 – Динаміка рентабельності основних засобів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Проведемо аналіз змін складу, структури та динаміки оборотних засобів ТОВ «ЮГФУД» за останні три роки. Впродовж 2018-2020 років у структурі оборотних активів найбільшу питому вагу займає дебіторська заборгованість, яка в 2018 році складала 97,6%, в 2019 році 85,3%, в 2020 році 79,9%. Питома вага запасів в 2018 році склала 1,5%, у 2018 році – 7,3%, у 2020 році – 9,3%, грошей та їх еквівалентів – в 2018 році склала 0,9%, у 2019 році – 6,1%, у 2020 році – 10,6%,. Структура оборотних активів ТОВ «ЮГФУД» за 2020 рік наведена на рисунку 2.14.

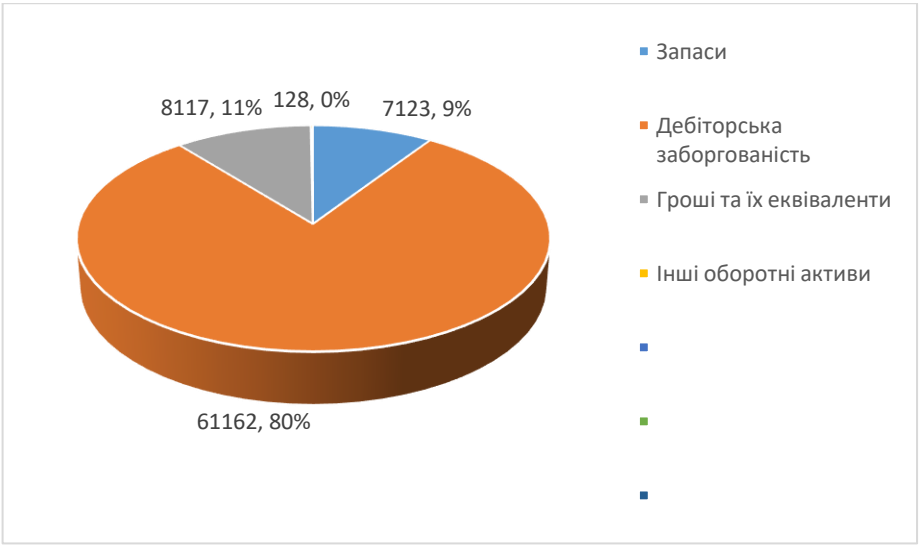


Рисунок 2.14 – Структура оборотних активів ТОВ «ЮГФУД» за 2020 рік

Важливою складовою аналізу оборотних активів є розрахунок показників ефективності їх використання, зокрема коефіцієнтів оборотності оборотнтх активів (таблиця 2.10)

Аналіз коефіцієнта оборотності оборотних активів, оборотності грошових коштів та їх еквівалентів, коштів у розрахунках, запасів свідчить про уповільнення обороту оборотних активів за 2018-2020 роки – коефіцієнт оборотності оборотних активів збільшився у 2019 році порівняно з 2018 роком з 5,9 до 6,9, однак знизився в 2020 році до 6,2, коефіцієнт оборотності грошових коштів та їх еквівалентів знизився з 1065,4 у 2018 році до 158,4 у 2019 році та 75,8 у 2020 році, коефіцієнт оборотності запасівзнизився з 196,2 у 2018 році до 129,1 у 2019 році, до 75,5 у 2020 році.

Таблиця 2.10 – Показники ефективності використання оборотних активів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№ пп	Показники	Роки			2020 від 2018		2020 від 2018	
					Відхилення			
		2018	2019	2020	Абсо-лютне	Темп зрост, %	Абсо-лютне	Темп зрост, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Середні залишки оборотних активів, , тис. грн.	37210	66301	82241	45032	в 2,2 раза	15940	24,0
1.1	Грошових коштів та їх еквівалентів.	205	2891	6747	6543	в 32 раза	3856	в 2,3 раза
1.2	Коштів у розрахунках	35892	59318	68111	32219	89,8	8793	14,8
1.3	Запасів	1113	3546	6772	5659	в 5,1 раза	3226	91,0
2	Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг, тис. грн.	218401	457853	511188	292786	в 2,3 раза	53335	11,7
2.1	Одноденна виручка від реалізації, грн	607	1272	1420	813	в 2,3 раза	148	11,6
3	Оборотність оборот-них активів, дні	61,3	52,1	57,9	-3,4	-5,6	5,8	11,1
3.1	Грошових коштів та їх еквівалентів	0,3	2,3	4,8	4,4	в 14,1 раза	2,5	9,0

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9
3.2.	Коштів у розрахунках	59,2	46,6	48,0	-11,2	-18,9	1,3	2,8
3.3	Запасів	1,8	2,8	4,8	2,9	в 2,6 раза	2,0	71,1
4	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	5,9	6,9	6,2	0,3	5,9	-0,7	-10,0
4.1	Грошових коштів та їх еквівалентів	1065,4	158,4	75,8	-989,6	-92,9	-82,6	-52,2
4.2	Коштів у розрахунках	6,1	7,7	7,5	1,4	23,3	-0,2	-2,8
4.3	Запасів	196,2	129,1	75,5	-120,7	-61,5	-53,6	-41,5
5.	Вивільнення (-), залучення (+) оборотних активів у зв'язку зі змінами їх оборотності, грн.	x	-11702	8236	x	x	x	x
6	Прибуток від операційної діяльності	9684	24885	44127	34443	в 4,5 раза	19243	77,3
7	Рентабельність оборотних активів, %	26,0	37,5	53,7	27,6		16,1	

З-за уповільнення обороту оборотних коштів підприємтвво вимушено залучати додаткові оборотні кошти, що негативно відображається на фінансових результатах діяльності підприємства. За період 2018-2020 роки рентабельність оборотних активів зросла з 26,0% у 2018 році, до 37,5% у 2019 році та 53,7% у 20 році (рисунок 2.15).

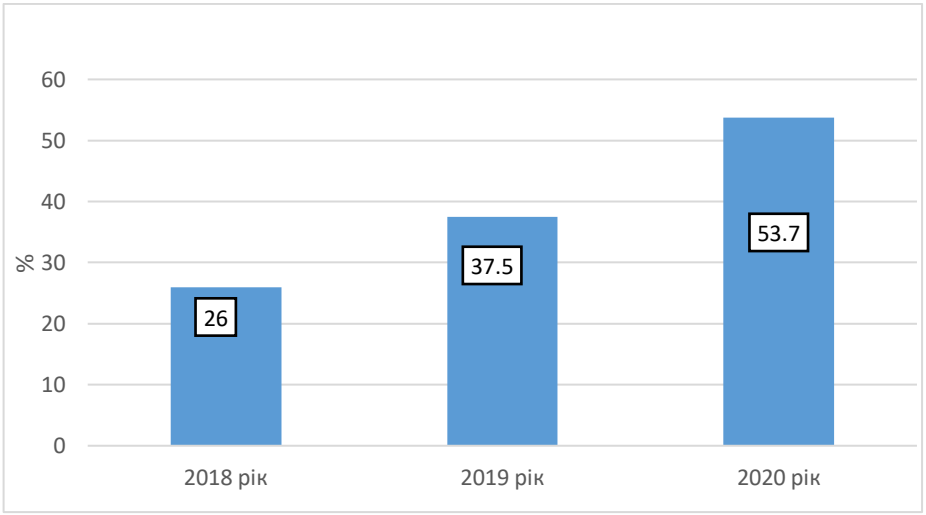


Рисунок 2.15 – Рентабельність оборотних активів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Для оцінки ефективності управління оборотними активами підприємства важливо проаналізувати динаміку та структуру здійснивши групування

– оборотних засобів підприємства за ознакою їх ліквідності: найбільш ліквідні активи, активи, що швидко реалізуються, активи, що повільно реалізуються та активи, що важко реалізуються;

– зобов’язань підприємства за ступенем зростання термінів погашення: найбільш термінові зобов'язання; короткострокові пасиви; довгострокові пасиви; постійні пасиви.

Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються такі умови:

$$А1 \geq П1,$$
$$А2 \geq П2,$$
$$А3 \geq П3,$$
$$А4 \leq П4.$$

Якщо виконуються перші три нерівності, тобто поточні активи перевищують зовнішні зобов'язання підприємства, то обов'язково виконується остання нерівність, що свідчить про наявність у підприємства власних оборотних коштів – дотримується мінімальна умова фінансової стійкості.

Групування активів та пасивів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки за ознакою їх ліквідності та за ступенем зростання термінів погашення наведено в таблиці 2.11.

Аналіз даних таблиці 2.11 свідчить, що у 2018-2020 роках найбільш ліквідних активів (А1) було не достатньо для покриття найбільш термінових зобов’язаннь (П1) на кінець 2018 року в сумі 47048 тис.грн., на кінець 2019 року в сумі 82752 тис.грн., на кінець 2020 року в сумі 87056 тис.грн.

Активи, що швидко реалізуються (А2) перевищували короткострокові пасиви (П2) на кінець 2018 року в сумі 29589 тис.грн., на кінець 2019 року в сумі 43441 тис.грн., на кінець 2020 року в сумі 15881 тис.грн.

Активів, що повільно реалізуються (А3) було не достатньо для покриття довгострокових пасивів (П3) – на кінець 2018 року пасиви перевищували активи в сумі 11323 тис.грн., на кінець 2019 року в сумі 7090 тис.грн., на кінець

Таблиця 2.11 – Групування активів та пасивів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Актив	На кінець 2018 року	На кінець 2019 року	На кінець 2020 року	**Пасив**	На кінець 2018 року	На кінець 2019 року	На кінець 2020 року	Платіжний надлишок або недостача		
								на кінець 2018 року	на кінець 2019 року	на кінець 2020 року
1. Найбільш ліквідні активи (А1)	404,7	5377,7	8116,9	1. Найбільш термінові зобов'язання (П1)	47452,8	88129,3	95173,3	-47048	-82752	-87056
2. Активи, що швидко реалізуються (А2)	43573,5	75061,5	61161,9	2. Короткостро-кові пасиви (П2)	13984	31620	45280	29589,5	43441,5	15881,9
3. Активи, що повільно реалізуються (А3)	122,9	3765,3	2574,5	3. Довгострокові пасиви (П3)	11446	10855,8	10805,6	-11323	-7090,5	-8231,1
4. Активи, що важко реалізуються (А4)	31759,4	57522,7	95015,2	4. Постійні пасиви (П4)	3526,1	14870,1	20286,4	28233,3	42652,6	74728,8
БАЛАНС	75860,5	141727	166869	**БАЛАНС**	76408,9	145475	171545	**х**	**х**	**х**

2020 року в сумі 8231 тис.грн., і навпаки – активів, що важко реалізуються (А4) було більше, ніж постійних пасивів (П4) на кінець 2018 року в сумі 28233 тис.грн., на кінець 2019 року в сумі 42652 тис.грн., на кінець 2020 року в сумі 74728 тис.грн., тобто

$$А1 \leq П1,$$

$$А2 \geq П2,$$

$$А3 \leq П3,$$

$$А4 \geq П4.$$

Так як не виконується перша нерівнвсть, то ТОВ «ЮГФУД» в 2018-2020 роках не мало абсолютної фінансової стійкості.

Прибуток є одним з основних показників підприємства в ринкових умовах господарювання та є його стратегічною метою, реалізація якої є обов'язковою для забезпечення нормальних умов функціонування підприємства. Проаналізувати динаміку формування чистого прибутку ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки (таблиця 2.12).

Як видно з даних таблиці, в 2018-2020 роках ТОВ «ЮГФУД» отримувало чистий прибуток, який постійно збільшувався – від 6618 тис. грн. в 2018 році до 16692 тис. грн. в 2019 році (в 2,5 раза) та до 26495 тис.грн. в 2020 році (на н 58,7%). Динаміка прибутку від операційної діяльності та чистого прибутку ТОВ «ЮГФУД» в 2018-2020 роках наведена на рисунку 2.16

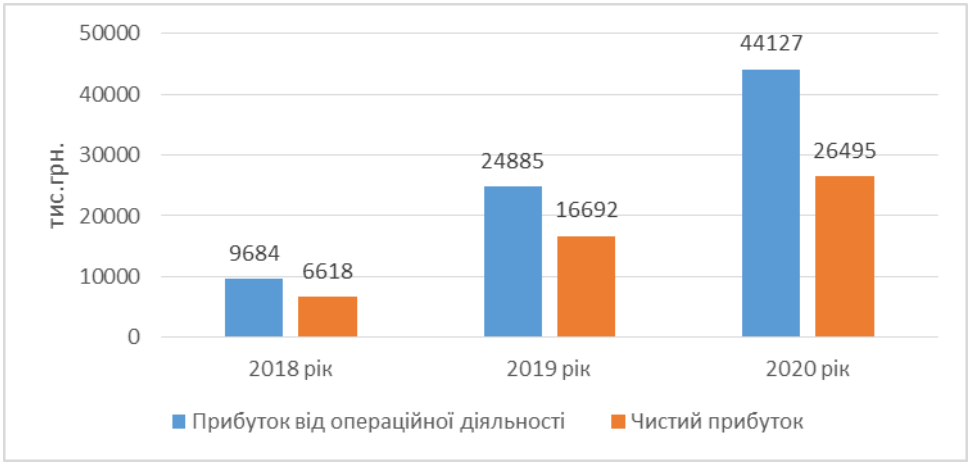


Рисунок 2.16 – Динаміка прибутку від операційної діяльності та чистого прибутку ТОВ «ЮГФУД» в 2018-2020 роках

Таблиця 2.12 – Динаміка формування чистого прибутку ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№	Показники, тис. грн.	Роки:			Відхилення			
					2020 від 2018		2020 від 2018	
		2018	2019	2020	Абсо-лютне	Темп зрост., %	Абсо-лютне	Темп зрост., %
1	Чистий доход (виручка) від реалізації продукції	218401	457853	511188	292786	в 2,3 раза	53335	11,7
2	Собівартість реалізованої продукції	178235	360975	398923	220688	в 2,2 раза	37948	10,5
3	Валовий прибуток	40166	96877	112264	72098	в 2,8 раза	15387	15,9
4	Операційні доходи	65	867	4313	4247	в 65 раза	3446	в 5,0 раза
5	Операційні витрати	30548	72860	72449	41902	в 2,4 раза	-410	-0,6
6	Прибуток від операційної діяльності	9684	24885	44127	34444	в 5,5 раза	19243	77,3
7	Інші витрати	1532	4398	11860	10328	в 6,7 раза	7461	69,6
8	Прибуток до оподаткування від звичайної діяльності:	8152	20486	32441	24289	в 3,0 раза	11955	58,4
9	Податок на прибуток	1534	3794	5946	4412	в 3,9 раза	2152	56,7
11	Чистий прибуток	6618	16692	26495	19878	в 4,0 раза	9803	58,73

Розробляючи стратегію управління доходами доцільно дати характеристику показників рентабельності діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2017-2019 роки (таблиця 2.13).

Таблиця 2.13 – Аналіз рентабельності діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№	Показники, тис. грн.	Роки:			Відхилення			
					2020 від 2018		2020 від 2018	
		2018	2019	2020	Абсо-лютне	Темп зрост., %	Абсо-лютне	Темп зрост., %
1	Середньорічна вартість сукупного капіталу, тис. грн.	59407	110942	158510	99103	в 2,7 раза	47568	42,9
2	у тому числі власного капіталу, тис. грн.	2463	9198	17578	15115	в 7,1 раза	8380	91,1
3	Валовий прибуток, тис.	40166	96877	112264	72098	в 2,8 раза	15387	15,9
4	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн.	8152	20486	32441	24289	в 3,0 раза	11955	58,4
5	у тому числі чистий прибуток, тис. грн.	6618	16692	26495	19878	в 4,0 раза	9803	58,73
6	Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	9684	24885	44127	34444	в 5,5 раза	19243	77,3
7	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	178235	360975	398923	220688	в 2,2 раза	37948	10,5
8	Чистий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг, тис. грн.	218401	457853	511188	292786	в 2,3 раза	53335	11,7
9	Рентабельність капіталу, %	13,7	18,5	20,5	6,7		2,0	
10	Рентабельність власного капіталу, %	268,7	181,5	150,7	-118,0		-30,7	
11	Рентабельність продукції, %	5,4	6,9	11,1	5,6		4,2	
12	Валова рентабельність продажу, %	18,4	21,2	22,0	3,6		0,8	
13	Чиста рентабельність продажу, %	3,0	3,6	5,2	2,2		1,5	

Рентабельність капіталу за 2018-2020 роки зросла з 13,7% до 20,5%, власного капіталу – знизилась з 268,7% до 150,7%, продукції – збільшилась з 5,4% до 6,9%, валова рентабельність продажу – з 18,4% до 22,0%, чиста рентабельність продажу – з 3,0% 5,20% (рисунок 2.16).

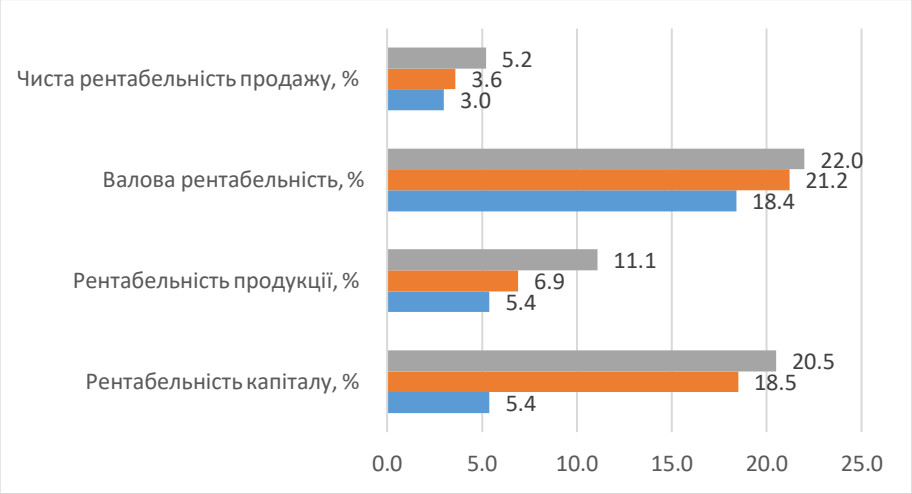


Рисунок 2.16 – Динаміка рентабельності діяльності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Проведемо оцінку показників структури капіталу ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки на основі розрахунку узагальнюючих та часткових показників фінансової стійкості, які характеризують джерела формування запасів на підприємстві.

Показники структури капіталу характеризують ступінь захищеності інтересів кредиторів й інвесторів, що мають довгострокові вкладення в підприємство. До них відносять: коефіцієнт автономії, коефіцієнт концентрації залученого капіталу, співвідношення власних і позикових коштів, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів та інші. Далі наведений порядок розрахунку цих показників.

Показники фінансової структури капіталу ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки наведені в таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 – Аналіз показників фінансової структури капіталу ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

№	Показники	Роки:			Відхилення			
					2020 від 2018		2020 від 2018	
		2018	2019	2020	Абсолютне	Темп зрост., %	Абсолютне	Темп зрост., %
1	Сума власних обігових коштів, тис. грн	-16787,3	-31796,8	-63923,2	-47135,9	-32126,4	-16787,3	-31796,8
2	Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами (≥0,1)	-0,376	-0,362	-0,835	-0,459	-0,474	-0,376	-0,362
3	Маневреність власних обігових коштів (високе значення поканика)	-0,024	-0,169	-0,127	-0,103	0,042	-0,024	-0,169
4	Коефіцієнт економічної незалежності (≥0,5)	0,046	0,102	0,118	0,072	0,016	0,046	0,102
5	Коефіцієнт фінансової залежності (близько 2)	21,670	9,783	8,456	-13,213	-1,327	21,670	9,783
6	Коефіцієнт маневреності власного капіталу (≥0,5)	-0,220	-0,219	-0,373	-0,153	-0,154	-0,220	-0,219
7	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу (<0,5)	0,954	0,898	0,882	-0,072	-0,016	0,954	0,898
8	Коефіцієнт фінансової стабільності (≥1)	-0,230	-0,243	-0,423	-0,192	-0,179	-0,230	-0,243
9	Коефіцієнт фінансової стійкості (0,7-0,9)	0,196	0,177	0,181	-0,015	0,004	0,196	0,177

Згідно даних таблиці 2.14, коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами не відповідає нормативному значенню (≥0,1), що дозволяє стверджувати про неспроможність ТОВ «ЮГФУД» фінансувати оборотні активи за рахунок власних коштів.

Від'ємне значення показника маневреності власних обігових коштів свідчить про нездатність підриємства швидко відповідати за своїми короткостроковими зобов'язаннями за рахунок власного капіталу.

Коефіцієнт економічної незалежності нижче нормативного значення (≥0,5), що не дозволяє ТОВ «ЮГФУД» фінансувати активи за рахунок власного капіталу.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу в 2018-2020 роках мав відд'ємне значення (при нормативному ≥0,5), що свідчить про недостатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів та частини оборотних.

В короткостроковій та довгостроковій перспективі ТОВ «ЮГФУД» не може бути фінансово стабільним, оскільки в 2018-2020 роках показник фінансової стабільності мав від'ємне значення при нормативному значенні (≥1).

Коефіцієнт фінансової стійкості свідчить про те, що активи ТОВ «ЮГФУД» у 2018 році фінансувалися за рахунок власного капіталу та довгострокових позикових фінансових ресурсів на 19,6%, в 2019 році на 17,7%, в 2020 році на 18,2%. Низьке значення показника при нормативному 0,7-0,9 свідчить про високий рівень ризику втрати платоспроможності та невизначені перспективи функціонування підприємства.

Остаточний висновок про фінансовий стан підприємства зробимо на підставі розрахунку узагальнюючих показників фінансової стійкості ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки, що представлені в таблиці 2.15.

При оцінці фінансового стану ТОВ «ЮГФУД» необхідно враховувати, що підприємство мало:

– нестачу власних обігових коштів для формування запасів (Е1) у 2018 році в сумі 28904,6 тис.грн., у 2019 році – у сумі 49074,1 тис.грн., у 2020 році – у сумі 81851,4 тис.грн.;

– нестачу власних обігових та довгострокових позикових коштів для формування запасів (Е2) у 2018 році в сумі 17458,6 тис.грн., у 2019 році – у сумі 38218,3 тис.грн., у 2020 році – у сумі 71045 тис.грн.;

Таблиця 2.15 – Аналіз узагальнюючих показників фінансової стійкості ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

	На кінець 2018 року	На кінець 2019 року	На кінець 2020 року
1.Наявність власних обігових коштів для формування запасів – Н1	-28233,3	-42652,6	-74728,8
2. Наявність власних обігових та довгострокових позикових коштів для формування запасів – Н2	-16787,3	-31796,8	-63923,2
3. Наявність власних обігових, довгострокових і короткострокових позикових коштів для формування запасів – Н3	31416,6	68707,2	60474,3
4. Запаси – Н4	671,3	6421,5	7122,6
5. Надлишок (+) нестача (-) власних обігових коштів для формування запасів – Е1	-28904,6	-49074,1	-81851,4
6. Надлишок (+) нестача (-) власних обігових та довгострокових позикових коштів для формування запасів – Е2	-17458,6	-38218,3	-71045,8
7. Надлишок (+) нестача (-) власних обігових, довгострокових і короткострокових позикових коштів для формування запасів – Е3	30745,3	62285,7	53351,7

– надлишок власних обігових, довгострокових і короткострокових позикових коштів для формування запасів (Е3) у 2018 році в сумі 30745,3 тис.грн., у 2019 році – у сумі 62285,7 тис.грн., у 2020 році – у сумі 53351,7 тис.грн.

Таким чином, здійснивши аналіз узагальнюючих показників фінансової стійкості ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки, можемо зробити висновок, що при значеннях Е1<0, Е2<0, а Е3>0, то підприємство характеризується нестійким фінансовим станом.

Для оцінки рівня платоспроможності ТОВ «ЮГФУД» (здатності підприємства виконувати свої поточні зобов’язання) розрахуємо коефіцієнт покриття, коефіцієнт швидкої ліквідності та коефіцієнт абсолютної ліквідності. Показники платоспроможності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки приведені в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16 – Аналіз показників платоспроможності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Показники	На кінець 2018 року	На кінець 2019 року	На кінець 2020 року	Відхилення (+,–) 2020 року до	
				2018 року	2019 року
1. Показник покриття (>1)	0,727	0,734	0,545	-0,182	-0,190
2. Показник швидкої ліквідності (0,6-0,8)	0,716	0,680	0,494	-0,222	-0,186
3. Показник абсолютної ліквідності (0,1)	0,007	0,045	0,058	0,051	0,013

Коефіцієнт покриття або коефіцієнтом поточної ліквідності ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки нижче мінімально допустимого співвідношення поточних активів до поточних зобов'язань 1:1 (1:0,727; 1:0,734; 1:0,545). Це дозволяє зробити висновок, що у підприємства відсутні оборотні кошти, сформовані за рахунок власних джерел, а також не привабливе для кредиторів.

Обгрунтованим коефіцієнтом швидкої ліквідності є співвідношення між поточними активами за мінусом запасів до поточних зобов’язань 0,6-0.8. За період 2018-2020 роки підприємство мало значення цього показника на рівні 0,715-0,680-0,484, що було пов’язане в основному зі зменшенням дебіторської заборгованості.

Теоретично достатнім значенням для коефіцієнта абсолютної ліквідності є 0,1. У 2018-2020 роках в ТОВ «ЮГФУД» цей показник знаходився на нижчому за нормативний рівні (0,018-0,005-0,086). Невідповідність коефіцієнта абсолютної ліквідності нормативним значення не є критичним, бо малоймовірно, щоб усі кредитори підприємства одночасно пред’явили йому свої боргові вимоги.

Для покращення фінансового стану підприємства ключові фактори успіху діяльності підприємства ТОВ «ЮГФУД» слід шукати у площині формування конкурентних переваг продукції. Важливе значення в цьому процесі відіграє рівень інноваційної активності керівників підприємництва. Впровадження інноваційних технології ведення виробництва може значно

підвищити обсяги виробництва за незмінного обсягу застосовуваних ресурсів. Це, у свою чергу, забезпечить скорочення виробничої собівартості.

2.4. Стан охорони праці в ТОВ «ЮГФУД»

Складовою частиною загальної системи управління підприємством, яка сприяє запобіганню нещасним випадкам та професійним захворюванням на виробництві, а також небезпеки для третіх осіб, що виникають у процесі господарювання, і включає в себе комплекс взаємопов'язаних заходів спрямованих на виконання вимог законодавчих та нормативно-правових актів з охорони праці є система управління охороною праці (СУОП)

Головна мета управління охороною праці є створення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці, покращення виробничого побуту, запобігання травматизму та профзахворювань.

Суб'єктом управління в СУОП на підприємстві в цілому є керівник, а в цехах, на виробничих дільницях і в службах – керівники відповідних структурних підрозділів і служб. Організаційно-методичну роботу по управлінню охороною праці, підготовку управлінських рішень і контроль за їх своєчасною реалізацією здійснює служба охорони праці підприємства, яка підпорядкована безпосередньо керівнику підприємства. Суб'єкт управління аналізує інформацію про стан охорони праці в структурних підрозділах підприємства та приймає рішення спрямовані на приведення фактичних показників охорони праці у відповідність з нормативними. Об'єктом управління в СУОП є діяльність структурних підрозділів та служб підприємства по забезпеченню безпечних і здорових умов праці на робочих місцях, виробничих дільницях, цехах та підприємства в цілому. Охорона праці базується на законодавчих, директивних і нормативно- технічних документах.

При управлінні охороною праці не повинні прийматися рішення і здійснюватися заходи, які суперечать чинному законодавству, державним

нормативним актам про охорону праці, стандартам безпеки праці, правилам і нормам охорони праці.

Основними принципами управління охороною праці є:

– забезпечення пріоритету збереження життя і здоров'я працівників;

– гарантії прав працівників на охорону праці;

– діяльність, спрямована на профілактику та попередження виробничого травматизму та професійної захворюваності;

– наукова обгрунтованість вимог охорони праці, що містяться в законодавстві, галузевих правилах щодо охорони праці, а також у правилах безпеки, санітарних і будівельних нормах і правилах, державних стандартах, організаційно-методичних документах, інструкціях з охорони праці;

– наявність кваліфікованих спеціалістів з охорони праці;

– планування заходів з охорони праці;

– неухильне виконання вимог охорони праці роботодавцем та працівниками, відповідальність за їх порушення.

Основні завдання управління охороною праці:

– навчання і пропаганда знань працівників безпечним методам роботи;

– забезпечення безпеки технологічних процесів, виробничого обладнання, інструментів, будівель і споруд;

– нормалізація санітарно-гігієнічних умов праці;

– забезпечення працівників засобами індивідуального захисту;

– забезпечення оптимальних режимів праці та відпочинку;

– організація лікувально-профілактичного обслуговування;

– професійний відбір працівників з окремих професій;

– вдосконалення нормативної бази з питань охорони праці.

Управління охороною праці на підприємстві є складовою, підсистемою загальної системи управління підприємством, оскільки лише за високого рівня охорони праці може бути забезпечено ефективне виконання завдань, що постають перед підприємством, і досягнення найкращих економічних результатів. Це дає можливість системно та комплексно вирішувати всі

питання охорони праці, підвищувати її ефективність, зменшувати виробничий ризик.

Система управління охорони праці в ТОВ «ЮГФУД»

ТОВ «ЮГФУД» єбезсумнівним лідером у безпечності умов праці, адже всі процеси автоматизовані та виконуються згідно діючих вимог охорони праці. Тут працюють відповідально та радо діляться власним досвідом, влаштовують дні відкритих дверей, екскурсії.

Усі виробничі зони тут ідентифікуються знаками безпеки, є медпункти, аптечки, на території зробили розмітку для роз'яснення переміщення людей та машин. Задля безпеки працівників, кожен з них працює у касці, яскравому розпізнавальному жилеті та захисних окулярах. Оскільки під час роботи окуляри можуть запилюватися чи дряпатися, по заводу розміщені станції для їхньої очистки.

Працівники активно обговорюють важливість питань охорони праці. Щомісяця тут проводять внутрішнє навчання. Один фахівець готує презентацію з нової теми, інші – обговорюють та проходять тести. Основна мотивація – власна безпека.

Для безпечного користування механізмами на підприємстві впровадили систему блокування пристроїв. Вона допомагає уникнути небезпечних інцидентів, пов'язаних з несанкціонованою подачею рідин, газів, електроенергії, – адже це може привести до травми або більш серйозних наслідків. Тобто відключається живлення промислових машин або обладнання. Для цього кожен працівник має власний замок і ключ.

Планування заходів з охорони праці:

– щороку для визначення та оцінки рівня небезпеки здійснює ідентифікацію, аналіз і оцінку ризиків та впроваджує систему реагування. Виявлені ризики групуються за рівнем наслідків і ймовірності. Розробляються програми заходів для зменшення ризиків;

– використовується корпоративно-інтегрована система менеджменту, одним з важелів якої є відповідальність директорів підрозділів за управління ризиками;

– інформація щодо будь-яких інцидентів з безпеки праці чи екології, що трапились у регіонах, передається інженерами з ОП до центрального офісу та безпосереднього керівника.

– питання ОП «прошиваються» на всіх рівнях у всіх підрозділах компанії. KPI кожного керівника рахуються, зважаючи на індекс з охорони праці.

Заходи, що безпосередньо проводяться на підприємстві:

– проводяться щоденні інспекції з ОП як спеціалістами з охорони праці, так і керівництвом підприємства;

– впроваджено візуальний менеджмент: робочі місця, інформаційні плакати тощо;

– передбачений обов’язковий захист обертових механізмів;

– застосовуються системи вертикального страхування при роботах на висоті: вантажних, складських тощо;

– впроваджена система Lockout-tagout (LOTO), або «блокування та маркування» — комплекс заходів, що дозволяють мінімізувати виникнення потенційно небезпечних ситуацій, пов’язаних з несанкціонованою подачею електроенергії, газів, рідин, гарантувати правильне відключення небезпечного обладнання і попередити його повторний запуск до закінчення всіх робіт по обслуговуванню та ремонту;

– проводяться тренування для відпрацювання дій, правил та навичок безпечної поведінки в аварійних ситуаціях, а також з надання домедичної допомоги;

– розроблена система навчання для ознайомленням персоналу з існуючими ризиками на робочих місцях: візуалізації, які допомагають швидко запам’ятати правильні дії;

– застосовуються переносні вентилятори під час роботі у колодязях для видалення токсичних та вибухових випарів;

– введені нові форми нарядів-допусків, які дозволять краще контролювати підрядні організації;

– ЗІЗ використовуються не лише співробітниками підприємства, але й робітниками підрядних організацій.

Фінансування працеохоронних заходів

Фінансування заходів з охорони праці на підприємстві здійснюється на основі положень Закону України «Про охорону праці» (стаття 19), згідно угоди, яка прикладається до колективного договору. В цьому договорі наводиться перелік конкретних заходів, об’єкт на якому вони здійснюються, їх об’єм, грошова сума, відповідальні за виконання робіт.

Фінансування робіт з охорони праці здійснюється роботодавцем. На підприємстві використовують найману працю, тому витрати на охорону праці становлять не менше 0,5 відсотка від суми фонду оплати праці на підприємстві.

Виходячи з цієї нормативної величини на підприємстві виділяються кошти на поліпшення умов праці, таблиця 2.17.

Таблиця 2.7 – Аналіз коштів, які виділялися на поліпшення умов праці в ТОВ «ЮГФУД»»

Плановий рік	Фонд оплати праці, тис. грн.	Виділені кошти на поліпшення умов праці, тис. грн.
2018	2142,8	10,714
2019	3824,5	19,122
2020	4358,1	21,790

Тобто витрати на охорону праці у період 2018-2019 рік збільшились на:

$$\frac{19,122-10,714}{10,714}*100=78,5\%$$

Витрати на охорону праці в період 2019-2020 рік збільшились на:

$$\frac{21,790-19,122}{19,122}*100=14,0\%$$

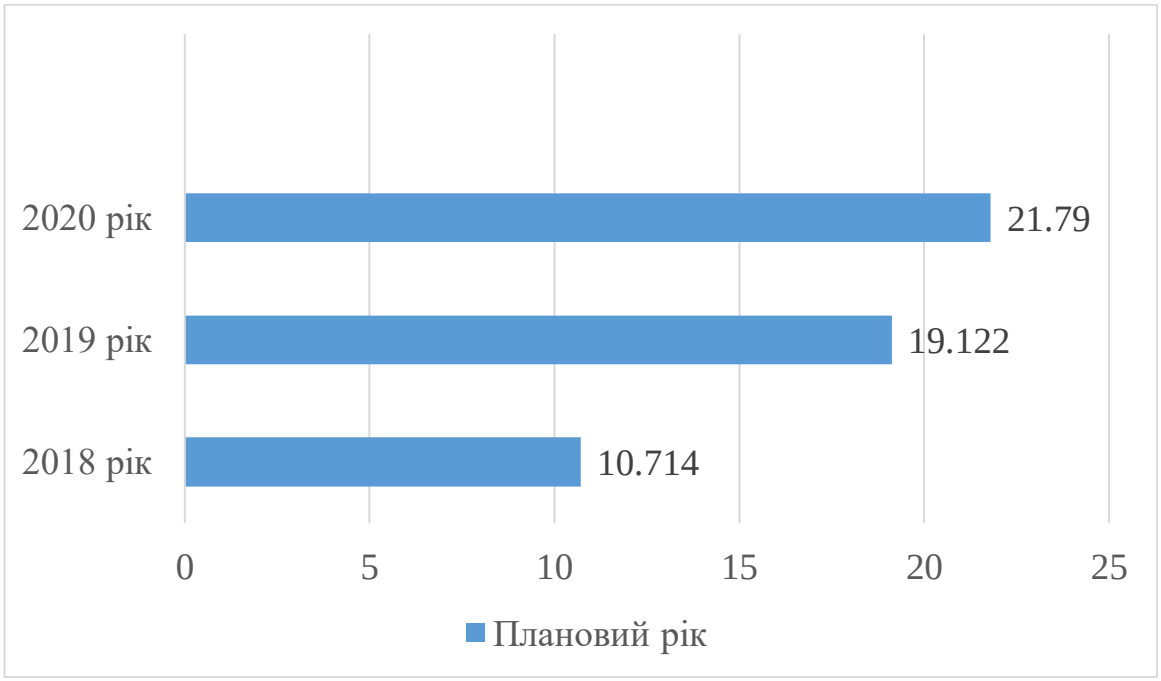


Рисунок 2.17 – Фінансування охорони праці в ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 рр.

Служба охорони праці підприємства

Важливе місце в управлінні охороною праці на підприємстві займають служба охорони праці (СОП) та комісія з питань охорони праці. Згідно з Законом України «Про охорону праці» на підприємстві з кількістю працюючих 50 і більше осіб роботодавець створює службу охорони праці відповідно до типового положення, яке затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці.

Кількість працівників СОП визначається:

– загальною кількістю працюючих на підприємстві;

– небезпекою та шкідливістю виробництва.

Служба охорони праці комплектується інженерами відповідної спеціальності, професіоналами з питань гігієни праці, юристами у сфері охорони праці. Обмеження: обов'язкова вища освіта, стаж роботи на виробництві не менше 3 років. СОП підкоряється безпосередньо керівнику

підприємства. За своїм посадовим положенням і умовами оплати праці керівник і фахівці служби прирівнюються до керівників і фахівців основних виробничо-технічних служб підприємства. В ТОВ «ЮГФУД» завод» створено службу з ОП, ПБ, ОНС та якості.

Навчання з охорони праці

За досліджуваний період летальних випадків, випадків виробничого травматизму та професійної захворюваності зафіксовано не було.

Усі працівники при влаштуванні на роботу та періодично проходять на підприємстві інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, а також з правил поведінки та дій у разі виникнення аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих.

За характером і часом проведення інструктажі з питань охорони праці поділяються на вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

Робочі місця усіх працівників оснащені відповідно до вимог.

Оцінка економічної ефективності СУОП

Визначення соціальної ефективності заходів для охорони праці на підприємстві із загальною кількістю працюючих 200 чоловік на підставі:

– кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм, до проведення заходів 12 ,після проведення заходів 8;

– чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають вимогам санітарних норм до проведення норм 10 , після 7;

– кількість випадків травматизму до проведення заходів 5 , після 3;

– кількість днів непрацездатності через травматизм до проведення заходів 20, після 15;

– кількість працівників, що звільнилися до проведення заходів 3, після 1.

Розв’язання:

Визначимо скорочення кількості робочих місць, що не відповідають вимогам нормативних актів щодо безпеки виробництва:

$$\Delta К = \frac{P_1 - P_2}{Кз} \times 100\text{, \%}$$

$$\Delta К = \frac{12 - 8}{100} \times 100 = 4\%$$

де P_1, P_2 - кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм до і після проведення заходів;

$K_3=N/2=200/2=100$ - загальна кількість робочих місць (працюють у дві зміни.

Визначаємо скорочення чисельності працівників, які працюють в умовах, які не відповідають вимогам санітарних норм:

$$\Delta Ч = \frac{N_1 - N_2}{N} \times 100\text{, \%}$$

$$\Delta Ч = \frac{10 - 7}{200} \times 100 = 1{,}5\%$$

де N_1, N_2 – чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарним нормам до і після здійснення заходу, чол.;

N – річна середньооблікова чисельність працівників, чол.

Зменшення коефіцієнта частоти травматизму

$$\Delta Кч = \frac{T_1 - T_2}{N} \times 100$$

$$\Delta Ч = \frac{5 - 3}{200} \times 100 = 1\%$$

де T_1, T_2 - кількість випадків травматизму відповідно до і після проведення заходу.

Визначимо скорочення плинності кадрів через незадовільні умови праці.

$$\Delta Чп = \frac{З_1 - З_2}{N} \times 100$$

$$\Delta Ч = \frac{3 - 1}{200} \times 100 = 1\%$$

Розрахунок річної економії від зменшення рівня захворюваності на підставі наступних даних:

– кількість днів непрацездатності через хвороби на 100 працівників до проведення заходів 1986, після 1857;

– річна середньооблікова чисельність робітників 166, чоловік;

– вартість виробленої товарної продукції за зміну на одного працівника промислово-виробничого персоналу 179, тис.грн.;

– вартість річної товарної продукції підприємства 289, тис. грн.;

– середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу 158 чол.;

– середньорічна заробітна плата одного працівника разом із ЄСВ $З_р$=5623 грн.;

– середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності З=145 грн.

Розв'язання:

– Скорочення витрат робочого часу за рахунок зменшення рівня захворюваності (аналогічно травматизму) за певний час:

$$\Delta Д = \frac{Д_1 - Д_2}{100} \times Ч_з, \text{ люд.-днів.}$$

$$\Delta Д = \frac{1986 - 1857}{100} \times 200 = 258 \text{ люд.} - \text{дн.}$$

де $Д_1$, $Д_2$ – кількість днів непрацездатності через хвороби чи травматизм на 100 працюючих відповідно до і після проведення заходів.

– Зростання продуктивності праці:

$$\Delta W = \frac{\Delta Д \times З_в}{P_п} \times 100\%,$$

$$\Delta W = \frac{258 - 179}{289000} \times 100 = 0{,}27$$

де $З_в$ – вартість виробленої продукції за зміну на одного працівника промислово – виробничого персоналу;

$P_п$ – вартість річної товарної продукції підприємства.

– Річна економія зарплати за рахунок зростання продуктивності праці при зменшенні рівня захворюваності і травматизму:

$$E_з = \frac{\Delta W \times З_р}{100} \times Ч_{ср}, \text{ грн.}$$

$$\text{Е}_\text{З} = \frac{0{,}27 \times 5623}{100} \times 150 = 2277{,}32 \text{ грн}$$

де $Ч_{ср}$ – середньорічна чисельність промислово – виробничого персоналу;

$З_р$ – заробітна плата одного працівника з відрахуваннями на соцстрахування.

– Економія за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності:

$$E_{сс}=ДД \times П_д, \text{ грн.}$$

$$\text{Е}_\text{сс} = 258 \times 145 = 37410 \text{ грн}$$

де $П_д$ – середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності

– Річна економія за рахунок зменшення рівня захворюваності (травматизму):

$$E_{рз(т)}=E_з+E_с+E_{сс}. \text{ грн.}$$

$$\text{Е}_{\text{рз(т)}}=2277{,}32+37410=39687{,}32 \text{ грн}$$

Провівши розрахунки та проаналізувавши діяльність ТОВ «ЮГФУД» можемо зробити наступні висновки:

1) На підприємстві створена і ефективно функціонує система управління охороною праці;

2) У службу з охорони праці на підприємстві входить один фаховий спеціаліст;

3) За період з 2018 по 2020 роки витрати на працеохоронні заходи збільшились на 78,5% у 2019 році та на 14,0% у 2020 році.

4) Нещасних випадків на підприємстві за три звітні роки виявлено не було;

5) Можна відзначити, що у структурі планово-економічних відділу

підприємства, облаштування робочих місць і умов праці відповідає вимогам норм і виду виконуваної роботи.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТОВ «ЮГФУД»

3.1. Аналіз складу та динаміки доходів ТОВ «ЮГФУД»

Задачі аналізу доходів підприємства і його глибина повинні бути направлені на знаходження можливостей збільшення загальної суми валового і чистого операційного доходу, забезпечення планових їх розрахунків необхідними інформативними показниками. У процесі здійснення такого аналізу вивчається динаміка загальної суми доходу підприємства. При аналізі динаміки доходу повинно бути забезпечено співставлення цін на продукцію.

Проведемо аналіз складу та динаміки доходів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Склад та динаміка доходів ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки, тис.грн.

Показники	Значення			Абсолютне відхилення		Темп зростання, %	
	2018	2019	2020	2020 до 2018	2020 до 2019	2020 до 2018	2020 до 2019
1. Всього доходів	218467	458720	515674	297207	в 2,4 раза	56954	12,4
у тому числі							
1.1. Чистий дохід від реалізації продукції	218401	457853	511188	292786	в 2,3 раза	53335	11,6
1.2. Інші операційні доходи	65	867	4313	4247	в 65 раза	3446	в 4 раза
1.3. Інші доходи,	0	0	174	174	0,0	174	0,0

У 2020 році загальна сума доходів ТОВ «ЮГФУД» збільшилася проти 2018 року в 2,4 раза, а проти 2019 року на 12,4%. Динаміка сукупного доходу досліджуваного нами підприємства відображена на рис. 3.1.

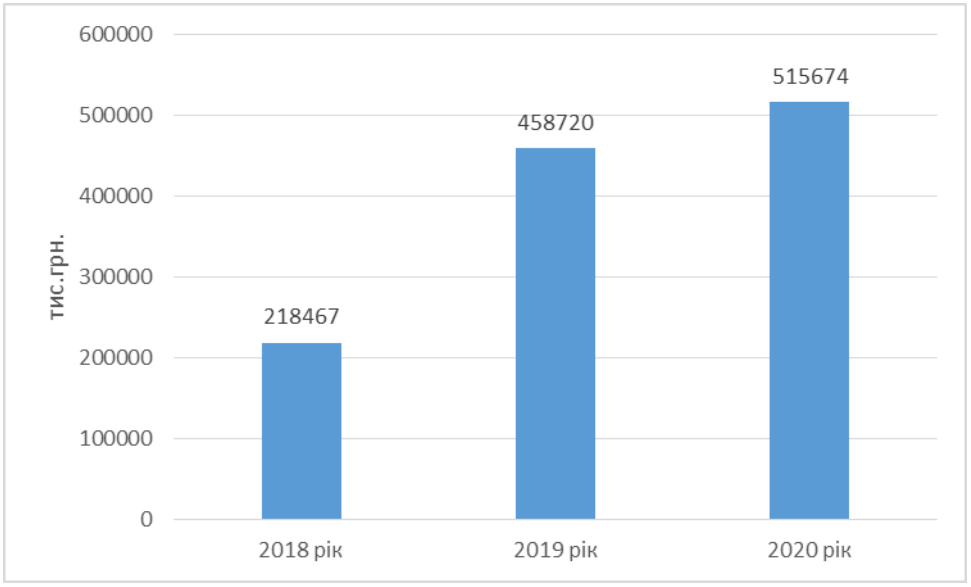


Рисунок 3.1 – Динаміка чистого доходу ТОВ «ЮГФУД» за 2018-2020 роки

Ріст доходів підприємства відбувся за рахунок збільшення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, інших операційних доходів та інших доходів. Ддоход (виручка) від реалізації продукції у 2020 році порівняно з 2018 роком збільшились на 292786 тис.грн. (в 2,3 раза), порівняно з 2019 роком – на 53335 тис.грн. (на 11,6%), інші операційні доходи у 2020 році порівняно з 2018 роком збільшились на 4247 тис.грн. (в 65 разів), порівняно з 2019 роком – на 3446 тис.грн. (в 4 раза). В 2020 році підпртємство малмо інші доходи в сумі 174 тис.грн..

Аналіз структури доходів ТОВ «ЮГФУД» (дані приведені в таблиці 3.2) свідчить, що найбільшу питому вагу у структурі доходів підприємства займає чистий дохід, його частка за 2017-2019 роки суттєво не змінилась – у 2020 році питома вага чистого доходу становила 99,1%, що лише на 0,9% менше ніж у 2018 році та на 0,6% менше ніж у 2019 році. За цей же період період питома

Таблиця 3.2 – Структура доходів ТОВ «ЮГФУД» у 2018-2020 роки

Показники	Значення, тис.грн.			Питома вага, %			Зміни у структурі, %	
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2020 до 2018	2020 до 2019
1. Всього доходів	218467	458720	515674	100	100	100	-	-
у тому числі								
1.1. Чистий дохід від реалізації продукції	218401	457853	511188	100	99,8	99,1	-0,9	-0,7
1.2. Інші операційні доходи	65	867	4313	-	0,2	0,8	0,8	0,6
1.3. Інші доходи,	0	0	174			0,1	0,1	0,1

інших операційних доходів у структурі доходів підприємства зросла відповідно з 0,2% у 2019 році до 0,8% у 2020 році. Інші доходи займають незначний відсоток у структурі сукупних доходів підприємства.

3.2. Вибір та обгрунтування напрямів удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»

Проведений в кваліфікаційній роботі бакалавра аналіз виробничої діяльності підприємства та формування доходів надає можливість розробити та обгрунтувати напрямів удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД».

Оскільки ТОВ «ЮГФУД» є складовою хлібопекарської галузі, то для підприємства важливими є загальнодержавні завдання, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності хлібопекарської галузі, забезпеченню всіх верств населення якісною продукцією відповідно до фізіологічних норм харчування, яка покращує стан здоров'я та подовжує термін життя, а також подоланню кризових явищ в галузі, забезпечення її економічної стабільності і подальшого ефективного розвитку.

Основними з них є:

– створення сприятливих умов для розвитку хлібопекарської галузі шляхом стимулювання залучення інвестицій, віднесення до пріоритетних напрямків пільгового кредитування виробництво хліба і хлібобулочних виробів, тому числі заморожених напівфабрикатів, створенням сприятливих податкових умови для ввезення на територію України хлібопекарського технологічного обладнання, що не має конкурентоспроможних аналогів вітчизняного виробництва та відповідного законодавчого забезпечення;

– зменшення витрат матеріально-технічних та енергетичних ресурсів на виробництво хлібобулочних виробів, зниження їх собівартості;

– покращення якості сировини за рахунок більш досконалих технологій її отримання та зберігання, розширення сировинної бази;

–удосконалення асортименту продукції, створення і впровадження у виробництво хлібобулочних виробів для спеціального дієтичного споживання;

– підвищення ролі держави на ринку хлібопродуктів в забезпеченні демонополізації та детінізації фінансово-економічних відносин у сфері продажу зерна, його переробки на борошно, виробництва хлібобулочної продукції.

Важелями збільшення притоку та посилення ефективності залучення інвестиційних ресурсів має стати:

– віднесення до пріоритетних напрямків пільгового кредитування виробництво хліба і хлібобулочних виробів;

– надання часткової компенсації вартості складного технологічного обладнання вітчизняного виробництва для підприємств хлібопекарської галузі;

– створення сприятливих податкових умов (звільнення або відстрочка сплати ПДВ) для ввезення на територію України хлібопекарського технологічного обладнання, що не має конкурентоспроможних аналогів вітчизняного виробництва;

– формування економічно-обґрунтованих цін на хліб та хлібобулочні вироби;

– розроблення та впровадження технічних регламентів та стандартів технологічних процесів у хлібопеченні, адаптованих до міжнародних вимог;

– створення інформаційної бази даних про найбільш конкурентоспроможні об'єкти інвестування в хлібопекарській галузі.

Вкрай акктуальним є здійсннення техніко-технологічного переоснащення галузі на основі наукоємних технологій та техніки нового покоління, шляхом:

– наукового обґрунтування енергозбереження та зниження ресурсоємності технологій виробництва хліба та хлібобулочних виробів;

– розробки і налагодження випуску техніки для впровадження сучасних технологій виробництва хлібопекарської продукції;

– державної підтримки кредитування придбання хлібопекарського обладнання.

Від реалізації запропонованих заходів можуть бути отримані такі результати:

– населення України буде забезпечено повноцінною високо якісною хлібопекарською продукцією відповідно до фізіологічних форм харчування;

– витрати матеріально-технічних та енергетичних ресурсів, на виробництво хліба та хлібобулочних виробів, будуть зменшені на 15-20%,

– асортимент хліба, та хлібобулочної продукції, буде удосконалений, будуть розроблені і впроваджені хлібобулочні вироби оздоровчого, профілактичного, дієтичного харчування для різних вікових груп,.. зон екологічного неблагополуччя;

– показники екологічної безпеки готової продукції будуть покращені за рахунок розроблення та вибору більш екологічно чистих технологій від вирощування зерна до отримання хліба;

– прискорення переходу хлібопекарської галузі на шлях інноваційного розвитку[1].

Галузева програма розвитку хлібопекарської галузі на середньо- та довгострокову перспективуможе бути покладена в основу розробки та обгрунтування напрямів удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»

Аналіз стану, проблем та перспектив розвитку ринку заморожених напівфабрикатів в Україні та економічного та фінансового стану ТОВ «ЮГФУД» дозволили встановити що головним завданням для зростання доходу підприємства є формування ефективного асортименту продукції.

Для споживача оптимальний асортимент – це сукупність товарів, що максимально задовольняють потреби, а для виробника – це набір товарів, реалізація якого, дозволяє підприємству досягти максимально ефективного функціонування [34].

Формування асортименту продукції має здійснюється з урахуванням необхідних ресурсів, рівня техніки та технології її виробництва, можливостей створення нового виробництва в оптимальні терміни, наявності патентів; очікуваної рентабельності виробництва та термінів окупності інвестицій: наявності управлінських кадрів та кваліфікаційного персоналу на всіх ланках виробничого циклу: наявності стійких зв'язків із постачальниками; ступеня ризику, пов'язаного із сезонністю попиту[13].

До причин, які зумовлюють зміни у товарному асортименті ТОВ «ЮГФУД» слід віднести: власні науково-дослідні і дослідно-конструкторські розроблення; зміни в товарному асортименті конкурентів; необхідність збільшення збуту; наявність вільних виробничих потужностей; необхідність використання побічних продуктів виробництва.

Визначення оптимального асортименту, забезпечення належної якості, відповідне дизайнерське оформлення передбачає включення у виробничу програму ТОВ «ЮГФУД» товарів, виробництво та збут яких орієнтовано на ринкові потреби, які позитивно впливають на розвиток підприємства, дають прибуток, сприяють досягненню стратегічних цілей.

Сутність маркетингової товарної політики ТОВ «ЮГФУД» полягає у визначенні та підтримці оптимальної структури асортименту товарів з урахуванням поточних і довготривалих цілей підприємства.

З метою аналізу об'ємів продажу продукції підприємства, структурування та визначення чітких лідерів і аутсайдерів серед всіх груп продукції, для коригування асортиментної політики проведено АВС-аналіз ефективності асортименту підприємства.

АВС аналіз (англ. ABC-analysis) – це метод підвищення ефективності та результативності системи продажів підприємства. Найбільш часто метод АВС-аналізу використовують для оптимізації номенклатури товару (асортименту) і його запасів з метою збільшення обсягу продажів. Іншими словами, мета АВС-аналізу є виділення найбільш перспективних товарів (або групи товарів), які приносять максимальний розмір прибутку для компанії.

Даний вид аналізу ґрунтується на закономірності – 20% продукції забезпечують, 80% прибутків компанії. Метою компанії при проведенні такого аналізу є визначення ключових товарів, і керівництво цієї 20% групою, яке створить контроль над 80% грошовими надходженнями. Управління продажами і грошовими платежами безпосередньо впливають на фінансову стійкість і платоспроможність компанії.

При проведенні аналізу продукції усі товари поділяються на три групи:

Група «А» – максимально цінні товари, займають 20% асортименту продукції, і приносять 80% прибутку від продажів;

Група «В» – малоцінні товари, займають 30% асортименту продукції, і забезпечують 15% продажів;

Група «С» – не затребувані товари, займають 50% асортименту, і забезпечують 5% прибутків від продажів.

Товари компанії групи «А» є цільовими, і вимагають максимальної уваги до їх виробництва і реалізації: наявності їх в складських запасів, оперативні поставки, планування і організація виробництва і контроль якості даної продукції.

Етапи проведення АВС-аналізу номенклатури товарів і обсягу продажів підприємства наступні:

1) Визначення мети аналізу (наприклад, оптимізація асортименту).

2) Визначення об’єкту аналізу (наприклад, товари).

3) Вибір параметру (критерію) за яким аналізуються об’єкти (виручка).

4) Сортування об’єктів у порядку спадання значення параметру: (розташувати товари в порядку убування виручки).

5) Підрахунок загальної суму параметрів за списком: сума виручки.

6) Обчислення частки параметра кожної позиції списку в загальній сумі: (Виручка по товару) / (сума виручки) * 100%.

7) Обчислення для кожної позиції списку частку наростаючим підсумком.

8) Знаходження позиції списку, в якій частка наростаючим підсумком найближче до 80%. Це буде нижня межа групи А. Верхня межа групи А - перша позиція в списку.

9) Знаходження позиції списку, в якій частка наростаючим підсумком найближче до 95% (80% + 15%). Це буде нижня межа групи В.

10) Все, що нижче – група С.

11) Підрахунок кількісті позицій списку в кожній групі (число найменувань товарів в кожній групі).

12) Підрахунок кількісті позицій в кожній групі від загальної кількості. (Число товарів в групі) / (загальне число товарів) * 100%.

ТОВ «ЮГФУД» у своєму асортименті налічує понад два десятки різноманітної продукції. На основі номенклатури товарів і розміру виручки від реалізації продукції по кожій асортиментній групі за 2020 рік проведено АВС-аналіз з метою виявлення найбільш значимих в даних групах товарів категорії продукції, ті, на які слід звернути увагу і вирішити їх подальше місце у асортименті підприємства.

Проведемо АВС-аналіз, який дозволить виявити найбільш значимі в даних групах товарів категорії продукції, ті, на які слід звернути увагу і визначити їх подальше місце у асортименті виробника.

Результати АВС-аналізу по всім асортиментним групам «Напівфабрикати та вироби з тіста Філо» наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Результати АВС-аналізу по товарним групам «Напівфабрикати та вироби з тіста Філо»

Товарні групи	**Обсяг реалізації за 2020 рік, тис.грн.**	**Частка в обігу, %**	**Група**	**Відсоткове значення групи**
Рольніні та аналоги	366 396	57,72	**A**	**85,36**
Бонетна продукція	175 456	27,64		
Тісто	59 003	9,30	**B**	**14,63**
Вироби з тіста Філо інші	33 924	5,33		
Хліба	41	0,01	**C**	**0,01**
Всього	**634 820**	**100**		

За результатиами АВС-аналізу по товарним групам «Напівфабрикати та вироби з тіста Філо» (таблиця 3.1) можемо зробити висновок, що до групи А потрапили групи продукції «Рольніні та аналоги» та «Бонетна продукція» з найбільш стабільним попитом та великим обсягом продажів групи, ті, які серед усіх видів напівфабрикатів складають найбільшу частку у товарообігу – 85,4%, До групи В потрапили напівфабрикати груп товарів «Тісто» та «Вироби з тіста Філо», що теж реалізовуються постійно, але в менших кількостях, їх частка у товарообігу складає 14,6%, Щодо груп С, то тут спостерігаємо наявність тих видів продукції групи «Хіба», які майже не вносять свій «внесок» у збільшення чистого доходу, а отже, і в прибуток виробника. Це ставить під питання необхідність їх подальшої реалізації.

Проведемо детальний аналаіз по товарній групі «Рольніні та аналоги». Результати АВС-аналізу наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Результати АВС–аналізу по товарній групі «Ролліні та аналоги»

Види виробів	Обсяг реалізації за 2020 рік, тис. Грн.	Частка в обігу, %	Група	Відсоткове значення групи
Ролліні з куркою 120гр.	82054	22,39		
Ролліні з бринзою та шпинатом 120гр.	76072	20,76		
Ролліні з телятиною 120гр.	38635	10,54		
Ролліні з вишнею 120гр.	34560	9,41		
Ролліні з грибами 120гр.	32531	8,88	**А**	**94,18**
Ролліні з сиром та зеленню 120гр.	23383	6,38		
Ролліні з яблуком 120гр.	22842	6,23		
Ролліні з сиром та родзинками 120гр.	21104	5,76		
Ролліні з куркою та грибами 120гр.	14023	3,83		
Ролліні з картоплею 120гр.	2369	0,65		
Ролліні з полуницею 120гр.	2227	0,60		
Ролліні з бринзою та шпинатом 90гр.	1960	0,53		
Ролліні з гарбузом 120гр.	1955	0,53		
Ролліні з куркою вип.зам. 90гр.	1505	0,41		
Ролліні з шинкою та сиром 120гр.	1338	0,36		
Ролліні міні з бринзою та шпинатом 800гр.	1247	0,34		
Ролліні міні з куркою 800гр.	1146	0,31		
Ролліні міні з телятиною 800гр.	827	0,23	**В**	**5,23**
Ролліні з вишнею вип.зам. 90гр.	772	0,21		
Ролліні з грибами вип.зам. 90гр.	763	0,21		
Ролліні з телятиною вип.зам. 90гр.	725	0,20		
Ролліні міні з вишнею 800гр.	654	0,18		
Кріспі ролл з маком 100гр.	606	0,16		
Ролліні з смородиною 120гр.	585	0,16		
Ролліні з яблуком вип.зам. 90гр.	560	0,15		
Ролліні з обліпихою 120гр.	300	0,08		
Ролліні з Тофу та шпинатом 120гр.	294	0,08		
Ролліні з ягодами 120гр.	271	0,07		
Ролліні з грильяжем 120гр.	264	0,07		
Ролліні міні з яблуком 800гр.	257	0,06		
Ролліні міні з сиром та зеленню 800гр.	222	0,05		
Ролліні з ягодами вип.зам. 90гр.	77	0,02		
Ролліні з Тофу та зеленню 120гр.	69	0,02	**С**	**0,59**
Ролліні з маком 120гр.	45	0,01		
Кріспі ролл з куркою та грибами 100гр.	19	0,01		
Кріспі ролл з бринзою 100гр.	17	0,00		
Кріспі ролл з грильяжем 100гр.	12	0,00		
Кріспі ролл з вишнею 100гр.	3	0,00		
Кріспі ролл з гарбузом 100гр.	2	0,00		
Кріспі ролл з яблуком 100гр.	2	0,00		
Всього	**366 396**	**100**		

АВС-аналіз по товарній групі «Ролліні та аналоги» (таблиця 3.4) дозволяє зробити висновок, що з найбільш стабільним попитом та великим обсягом продажів є напівфабрикати, що потрапили в групу А, а саме:

– «Ролліні з куркою» (частка в обігу – 22,39%),

– «Ролліні з бринзою та шпинатом» (20,76%),

– «Ролліні з телятиною» (10,54%),

– «Ролліні з вишнею» (9,41%),

– «Ролліні з грибами» (8,88%),

– «Ролліні з сиром та зеленню» (6,38%),

– «Ролліні з яблуком» (6,23%),

– «Ролліні з сиром та родзинками» (5,76%) та

– «Ролліні з куркою та грибами» (3,83%).

Загалом вироби групи А у групзагальному обсязі продукції асортиментної групі «Ролліні та аналоги» займає 94,2% від всього товарообігу виробів.

Щодо напівфабрикатів категорії С – а це 15 найменувань, а питома вага в загальному обсязі реалізації лише 0,6%, то слід рекомендувати прийняти рішення про виведення цих позицій з асортименту та заміну їх на продукцію групи А та перенаправити кошти на розвиток категорії В.

Перелік позицій, які пропонується вивести з асортименту: Ролліні з обліпихою 120гр., Ролліні з Тофу та шпинатом 120гр., Ролліні з ягодами 120гр., Ролліні з грильяжем 120гр., Ролліні міні з яблуком 800гр., Ролліні міні з сиром та зеленню 800гр., Ролліні з ягодами вип.зам. 90 гр., Ролліні з Тофу та зеленню 120гр., Ролліні з маком 120гр., Кріспі ролл з куркою та грибами 100гр., Кріспі ролл з бринзою 100гр., Кріспі ролл з грильяжем 100гр., Кріспі ролл з вишнею 100гр., Кріспі ролл з гарбузом 100гр., Кріспі ролл з яблуком 100гр.,

Детальний АВС-аналіз по товарній групі «Бонетна продукція». Його результати наведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Результати АВС-аналізу по товарній групі «Бонетна продукція»

Види виробів	Обсяг реалізації за 2020 рік, тис. грн.	Частка в обігу, %	Група	Відсоткове значення групи
Пельмені Хуторок	69140	40,98	**A**	**75,85**
Равіолі Хуторок	15747	9,34		
Голубці Еліка	15485	9,19		
Пельмені Хладік	13956	8,26		
Чебуреки Еліка	13643	8,08		
Вареники Хуторок	8348	4,95	**B**	**19,75**
Хінкалі Хуторок	5694	3,37		
Пиріг з бринзою 550гр.	5522	3,27		
Пиріг з телятиною 550гр.	5149	3,05		
Пиріг з куркою 550гр.	3080	1,82		
Пиріжки Еліка	3021	1,79		
Пиріг з вишнею 550гр.	2537	1,50		
Хінкалі Еліка	1116	0,66	**C**	**4,4**
Штрудель з яблуками 350гр.	1091	0,64		
Пельмені Сміла	938	0,55		
Млинці з м’ясом	849	0,50		
Бендерики з м’ясом	687	0,41		
Равіолі О’десса	679	0,40		
Пельмені Копійка	357	0,21		
Вареники Хладік	291	0,17		
Штрудель з вишнею 350гр.	285	0,17		
Штрудель з вишнею 88гр.	267	0,16		
Штрудель з куркою 88гр.	139	0,08		
Штрудель з яблуками 88гр.	134	0,08		
Штрудель з шпинатом 88гр.	119	0,07		
Вареники Премія (Сільпо)	83	0,05		
Пельмені Премія (Сільпо)	75	0,04		
Равіолі Премія (Сільпо)	74	0,04		
Штрудель з вишнею 120гр.	70	0,04		
Пиріг з гарбузом 550гр.	65	0,04		
Пиріг з сиром та родзинками 550гр.	51	0,03		
Штрудель з шпинатом 120гр.	42	0,02		
Штрудель з яблуками 120гр.	36	0,02		
Штрудель з сливами 88гр.	34	0,02		
Всього	**168804**	**100**		

Найбільшим та стабільним попитом, а, отже, і «вигідні» для реалізації є ті, види виробів, що потрапили в групу А, а саме: «Пельмені Хуторок» (частка в обігу – 40,98%), «Равіолі Хуторок» (9,34%), «Голубці Еліка» (9,19%), «Пельмені Хладік» (8,26%), «Чебуреки Еліка» (8,08%). Загалом група А у даній групі товару займає 75,85% від всього товарообігу виробів.

Тому запропоновано розвивати групу напівфабрикатів «Бонетна продукція». Крім того, для збільнення чистого доходу доцільно створення нової торгової марки «Хутко» (пельмені та вареники).

Щодо категорії С – питома вага 4,4%, то доцільно прийняти рішення про часткове виведення позицій з асортименту (з обсягом менше 500 тис.грн), та перенаправлення бюджетів на розвиток категорії В та С (з обсягом більше 500 тис.грн.).

Результати АВС-аналізу по товарній групі «Тісто» наведені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Результати АВС–аналізу по товарній групі «Тісто»

Види виробів	**Обсяг реалізації за 2020 рік, тис. Грн.**	**Частка в обігу, %**	**Група**	**Відсоткове значення групи**
Тісто листово – дрожжове фасоване	22336	37,85	**А**	**95,95**
Тісто листове фасоване	19094	32,36		
Тісто Філо фасоване	15185	25,74		
Тісто листово – дрожжове вагове	2316	3,93	**В**	**3,93**
Тісто листове вагове	72	0,12	**С**	**0,12**
Всього	**59003**	**100**		

Найбільшим попитом, а, отже, і «вигідні» для реалізації є ті, види виробів, що потрапили в групу А, а саме: «Тісто листово - дріжжове фасоване» (частка в обігу – 37,85%), «Тісто листове фасоване» (32,36%), «Тісто Філо фасоване» (25,74%). Загалом група А у даній групі товару займає 95,95% від всього товарообігу виробів.

Щодо категорії С (питома вага 0,12%), то пропонуємо прийняти рішення про виведення цієї позиції з асортименту та перенаправити бюджетні кошти підприємства на розвиток категорії В «Тісто листове вагове».

Результати АВС – аналіз по товарній групі «Вироби з тіста Філо інші» наведені втаблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Результати АВС–аналізу по товарній групі «Вироби з тіста Філо інші»

Види виробів	Обсяг реалізації за 2020 рік, тис. Грн.	Частка в обігу, %	Група	Відсоткове значення групи
Трикутник Філо з м'ясом 100гр.	9913	29,29	A	**59,56**
Трикутник Філо з куркою та соусом Бешамель 100гр.	6956	20,50		
Банниця 200гр.	3316	9,77		
Бонт'є 100гр.	1642	4,84	B	**32,63**
Трикутник Філо з бринзою 100гр.	1426	4,20		
Трикутник Філо з вишнею та заварним кремом 100гр.	1419	4,18		
Вертута 550гр.	1197	3,53		
Трикутник Філо з крем-брюле 100гр.	1012	2,98		
Трикутник Філо з телятиною 50гр.	968	2,85		
Трикутник Філо з курицею 50гр.	897	2,64		
Трубочка Філо з бринзою 90гр.	880	2,59		
Трубочка Філо з грибами 90гр.	763	2,24		
Шаурма куряча 160гр.	495	1,46		
Трикутник з кленовим сиропом 100гр.	381	1,12		
Трубочка Філо з яблуками 90гр.	312	0,92	C	**7,81**
Сосиска з кетчупом та майонезом 100гр.	300	0,88		
Круасани	298	0,88		
Трикутник з вишнею 100гр.	241	0,71		
Трикутник з м'ясом 100гр.	239	0,71		
Шаурма з телятиною та овочами гриль 160гр.	238	0,70		
Трикутник з сиром сулугуні 100гр.	236	0,68		
Сосиска з гірчицею 100гр.	216	0,63		
Трикутник з солодким сиром 100гр.	206	0,60		
Трикутник з маком 100гр.	190	0,56		
Трикутник з шинкою та сиром 100гр.	183	0,54		
Всього	**33924**	**100**		

Найбільш затребувані, а, отже, і «вигідні» для реалізації є ті, види виробів, що потрапили в групу А, а саме: «Трикутник Філо з м'ясом» (частка в обігу – 29,29%), «Трикутник Філо з куркою та соусом Бешамель» (20,5%), «Банниця» (9,77%). Загалом група А у даній групі товару займає 59,56% від всього товарообігу виробів.

Щодо категорії С, то рекомендуємо прийняти рішення про повне виведення позицій з асортименту, та перенаправлення бюджетів на розвиток категорії В. З асортиментної групи, що віднесена до групи С лише позиція «Круасани» може залишитись у виробництві, так як була введена в обіг в 3-му кварталі 2020 року.

За результатами АВС-аналізу по товарній групі «Хліба» (таблиця 3.8) можна зробити висновок, що найбільшим попитом, а, отже, і «вигідними» для реалізації є ті, види виробів, що потрапили в групу А, а саме: «Чіабата біла» (частка в обігу – 24,39%), «Чіабата темна» (24,39%). Загалом група А у даній групі товару займає 48,78% від всього товарообігу виробів.

Таблиця 3.8 – Результати АВС–аналізу по товарній групі «Хліба»

Види виробів	**Обсяг реалізації за 2020 рік, тис. Грн.**	**Частка в обігу, %**	**Група**	**Відсоткове значення групи**
Чіабата біла	10	24,39	**А**	**48,78**
Чіабата темна	10	24,39		
Багет гречаний	8	19,52	**В**	**43,90**
Багет пшеничний	6	14,63		
Спельта	4	9,75		
Лаваш	2	4,88	**С**	**7,32**
Хліб Чіа	1	2,44		
Всього	**41**	**100**		

Щодо категорії С, то слід прийняти рішення про посилити контроль за позиціями з асортименту та збільшити фінансування маркетингового бюджету в розвиток, так як компанія вважає, що в даній продукції існує потенціал.

Окремо проведемо АВС-аналіз експортної групи для розуміння обсягів продукції, котра реалізується за кордоном. Результати АВС-аналізу по продукції, котра реалізується за кордоном наведені в таблиці 3/9.

Таблиця 3/9 – Результати АВС-аналізу по споживачам «Експорт»

Країни	**Обсяг реалізації за 2020 рік, тис.грн.**	**Частка в обігу, %**	**Група**	**Відсоткове значення групи**
Білорусь	90 880	75,3	**А**	**91,9**
Молдова	19 975	16,6		
Придністров'я	3525	2,9	**В**	**7,5**
Азербайджан	2636	2,2		
В'єтнам	1067	0,9		
США	1790	1,5		
ОАЕ	779	0,6	**С**	**0,6**
Всього	**120 652**	**100**		

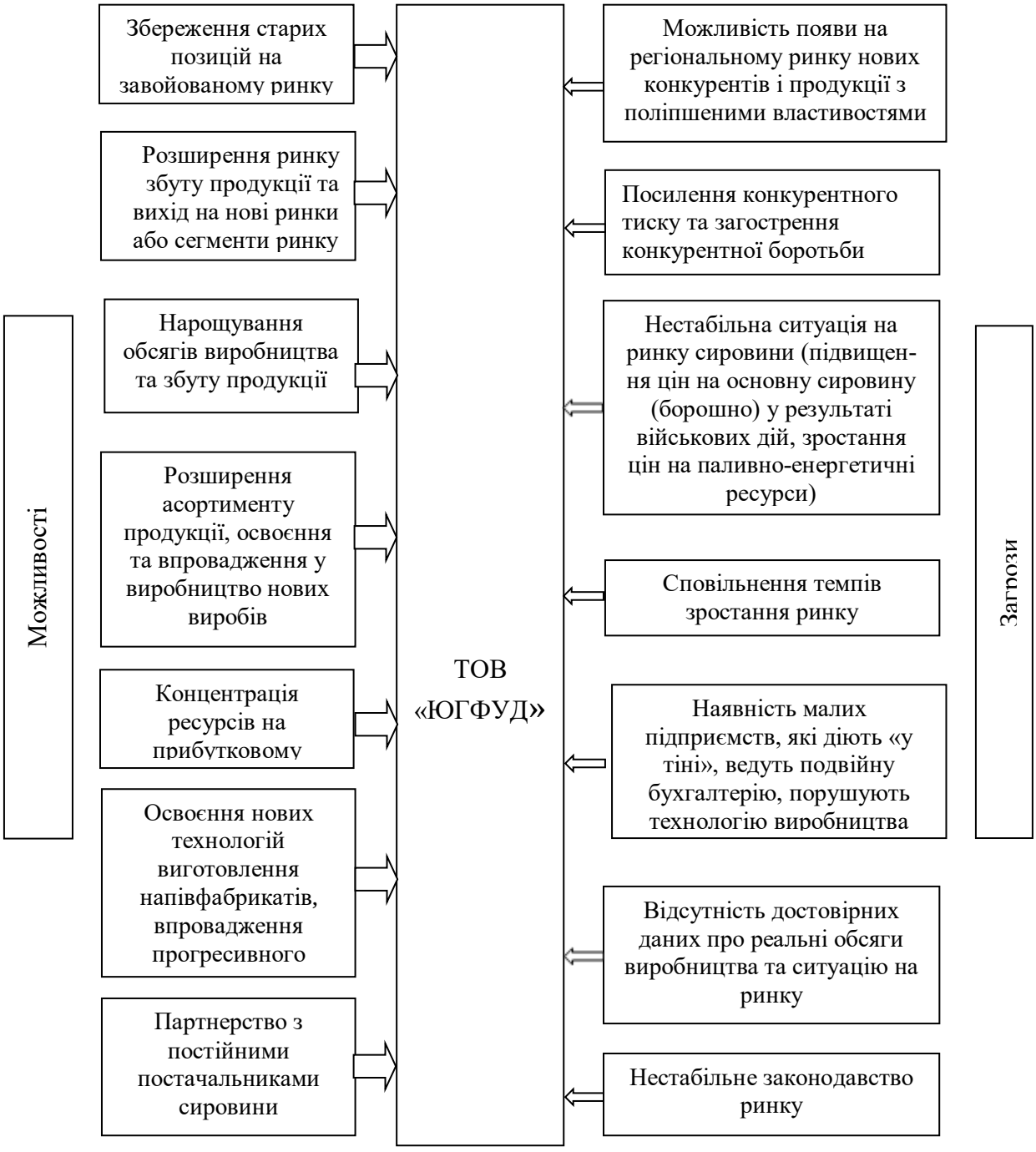
Традиційно, країни з найбільшими обсягами опинилися у групі А, це – «Білорусь» (75,3% загального експорту напівфабрикатів), «Молдова» (16,6%) Частка в обігу тих країн, що потрапили до групи В менша (14,63%), але попит в них теж відносно стабільний, а також має великий потенціал до розвитку. Щодо групи С, то з цією країною ОАЕ контракти були підписані наприкінці 2020 року, тож потенціал споживання напівфабрикатів ТОВ «ЮГФУД» ще не визначений.

При вибірі та обгрунтуванні напрямів удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД» важливим є комплексне дослідження одночасно зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства й встановлення відповідних взаємозв'язків за допомогою SWOT-аналізу. Не використовуючи SWOT-аналіз, підприємство-виробник може невірно визначити виробничу ситуацію, внаслідок чого буде складена нераціональна і економічно невигідна стратегія управління доходами.

В процесі здійснення виробничо-господарської діяльності кожне підприємство, зокрема ТОВ «ЮГФУД», має свої індивідуальні особливості, які формуються під впливом зовнішніх факторів і на основі його організаційно-технологічної структури. Тому використання SWOT–аналізу дає змогу врахувати дію факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

У процесі виконання дипломної роботи проаналізовано зовнішнє середовище ТОВ «ЮГФУД», його внутрішній потенціал, визначено необхідні заходи з підвищення конкурентоспроможності, що представлено у розширених SWOT-матрицях.

Аналіз зовнішнього середовища підприємства дав змогу виявити, що на його виробничу діяльність підприємств впливають фактори, які можна розглядати як зовнішні можливості для цих підприємств, і фактори, які створюють зовнішні загрози, негативний вплив яких необхідно знешкоджувати (рис. 3.2).



Рисуноу 3.2 – Зовнішні можливості та загрози, що впливають на діяльніість ТОВ «ЮГФУД»,

На діяльність ТОВ «ЮГФУД», рівень його доходів найбільший вплив мають рівень конкуренції в галузі та споживачі продукції. Під дією цих факторів формуються обсяги та структура асортименту продукції.

Тому для підвищення ефективності функціонування підприємства необхідно розробляти заходи, спрямовані на забезпечення випуску продукції, яка б відповідала запитам споживачів і була конкурентоспроможною на ринку. Для цього у процесі формування стратегії на основі проведеного аналізу зовнішнього середовища, метою якого є визначення рівня конкуренції та ситуації у галузі, проведений аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства. Узагальнений аналіз внутрішнього середовища ТОВ «ЮГФУД» дозволив виявити його сильні та слабкі сторони, які подано на рис. 3.3.

Рисунок 3.3. Сильні та слабкі сторони ТОВ «ЮГФУД»

На основі встановлення взаємозв’язків між сильними і слабкими сторонами підприємства й зовнішніми можливостями і загрозами можна зробити та обґрунтувати систему заходів необхідних при формуванні стратегії підприємства. Результати SWOT – аналізу зведено у матриці (табл.3.4.), які

дають змогу встановити взаємозв'язки між досліджувальними факторами і прийняти адекватні рішення.

Таблиця 3.4 – Розширена SWOT-матриця ТОВ «ЮГФУД»

	Можливості	**Загрози**
	1.Вихід на нові ринки або сегменти ринку 2. Розширеня асортименту продукції для задоволення потреб споживачів 3. Освоєння нових технологій виробництва напівфабрикатів 4. Партнерство з постійними постачальниками сировини	1. Поява нових конкурентів на регіональному ринку 2. Посилення конкурентного тиску 3. Підвищення цін на сировину 4. Невідповідність якості сировини державним стандартам 5.Уповільнений темп зростання ринку
Сильні сторони 1. Добра репутація у споживачів 2. Нижчі витрати порівняно з конкурентами 3. Обсяги виробництва надто малі, щоб впливати на ринкову ситуацію 4. Відповідність технології сучасним вимогам 5. Висококваліфікований персонал 6. Економія на масштабах виробництва 7. Відповідність якості продукції державним стандартам і запитам споживачів 8. Налагоджена система контролю якості	- Впроваджувати нові технологічні лінії для розширення асортименту продукції - Розпочати виробництво нових видів напівфабрикатів - Встановлювати нижчі ціни на продукцію порівняно з конкурентами за рахунок зниження собівартості, і витрат на 1 грн. реалізованої продукції	– Застосовувати методи маркетингу та розробляти відповідні рекламні заходи, які б наголошували на високій якості продукції - Постійно контролювати якість сировини
Слабкі сторони 1. Недостатні власні фінансові ресурси 2. Вразливість підприємства до конкурентного тиску	- Виявляти незадоволений попит на напівфабрикати та освоювати нові ринки - Поліпшувати умови співпраці з постачальниками сировини	- Зміцнювати завойовані позиції на ринку - Оптимізувати обсяги випуску продукції

За результатами проведеного аналізу пропонуються альтернативні рішення, спрямовані підвищення конкурентоспроможності у процесі формування стратегії управління доходами ТОВ «ЮГФУД».

1. Впроваджувати нові технологічні лінії для розширення асортименту продукції;

2. Розпочати виробництво нових видів напівфабрикатів.

3. Встановлювати нижчі ціни на продукцію порівняно з конкурентами за рахунок зниження витрат матеріально-технічних та енергетичних ресурсів на виробництво напівфабрикатів.

4. Виявляти незадоволений попит на хлібобулочну продукцію та освоювати нові ринки.

5. Поліпшувати умови співпраці з постачальниками сировини.

6. Застосовувати методи наступальні методи маркетингу та розробляти відповідні рекламні заходи, які б наголошували на високій якості продукції.

7. Постійно контролювати якість сировини;

8. Зміцнювати завойовані позиції на регіональних та зовнішньому ринках напівфабрикатів.

9.Оптимізувати обсяги випуску продукції.

3.2. Розроблення та обґрунтування програми заходів, щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД»

Крім визначених в попередньому підрозділі рішень у процесі формування стратегії управління доходами, виникає потреба вдосконалити інші напрямки резервів, які виконують забезпечуючу функцію в формуванні доходів ТОВ «ЮГФУД».

До них слід віднести слідуючі:

Модернізація виробничого обладнання та технологічних процесів, в ході якої передбачається придбання

– автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів «TECNA RA265BM», продуктивністю 600кг/год.

– додаткової камери шокової заморозки «SFI40T1GGM»

2. Збереження фінансової стабільності в умовах модернізації виробництва, та під час військового стану.

3. Розробка та впровадження більш доскональної асортиментної політики підприємства.

4. Розширення мережі роздрібної торгівлі за рахунок відкриття нових торгових точок в населених пунктах України.

5. Підвищення рівня використаних ресурсів за зниження матеріалоємності та енергоємності.

6. Інтенсифікація виробництва за рахунок впровадження стимулюючих форм та систем оплати праці.

Проведемо обґрунтування програми заходів по вдосконаленню виробничої діяльності підприємства

Модернізація виробничого обладнання та технологічних процесів

Для розширенн виробництва пропонується придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів «TECNA RA265BM», продуктивністю 600кг/год. та додаткової камери шокової заморозки «SFI40T1GGM».

Вартість обладнання, включаючи витрати на придбання обладнання, витрати на доставку печі на підприємство,монтажне та пусконалагоджувальне виробництво становить 353 тис. грн.

Економічний ефект (Ек) від заміни хлібопекарської печі розраховується за формулою

$$Ек=Ек^{абстр}+Ек^{енер} - \frac{Км}{Т};$$

$$Ек= К_{втр}(К_м П_р \times \frac{\Delta Д^4}{Д^4} + В_{птр}^{опер} \times К_1 \times К_2) \frac{К_м}{Т};$$

де – $К_{втр}$– коефіцієнт, який враховує ризики господарської діяльності, 0,8;

$П_р$ – чистий прибуток підприємства за рік до придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 6392 тис.грн

$\Delta Д^4$ – збільшення чистого доходу (виручки) від реалізованої продукції після придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 8815,2 тис.грн;

$Д^4$ – чистий дохід(виручка) від реалізованої продукції за рік до придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 114019 тис,грн.;

$В_{птр}^{опер}$ – витрати на енергетичні ресурси за рік до придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 8215,2 тис.грн;

$К_м$ – вартість печі придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 333 тис.грн.

Т – розрахунковий термін корисності придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки , 2 роки

$К_1$ – коефіцієнт, враховує зниження енергоємності виробництва після придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки, 0,1 та 0,05;

$К_м$ – коефіцієнт, який враховує зменшення матеріалоємності виробництва високі збільшення обсягу виробництва після придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки;

Економічний ефект від придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів та додаткової камери шокової заморозки складе:

Ек = 0,8(0,5 * 6392*8815,2/114019+8242,9*0,1*0,05)- 333/2=173 тис.грн.

Збереження фінансової стійкості підприємства в умовах модернізації виробництва. Аналіз фінансового стану підприємства свідчить про позитивні тенденції фінансового стану підприємства.

Економічна ефективність цього заходу не розраховується в кваліфікаційній роботі бакалавра. Зазначимо, що фінансова стійкість

підприємства забезпечить можливість комплексу заходів щодо використання резервів виробництва і проведення ефективної виробничої політики.

Розробка та впровадження більш досконалої асортиментної політики підприємства

З метою удосконалення асортиментної політики підприємства пропонується:

3. Удосконалення виробництва та каналів збуту.

1. Розробити і впровадити більш досконалу асортиментну політику за рахунок зняття з виробництва неходової продукції (ролліні 75гр в асортименті; hjkksys 90гр. в асортименті ;ролліні 120гр до посту, грильяж, ожина, картошка, полуниця, сир Тофу, гарбуз; ролліні-косичка в асортименті; ролліні міні; банниця; бонт'є; пахлава; трикутники 50гр; шаурма; ролліні ГАЗ; чебупелі; сирники; тісто на маслі, з заміщенням на ТОП – асортимент.

2. Збільшення виробництва власної ТМ Хутко (пельмені, вареники) в 5 разів, за рахунок підписання контрактів з каналом «Дистриб'ютори».

3. Розробка і впровадження більш досконалої політики каналів збуту, за рахунок мінімізації маркетингових заходів для непостійних та нестабільних споживачів, та перенаправлення бюджетів на стабільних та перспективних.

Економічний ефект від заміни структури асортименту продукції підприємства визначимо слідуючим чином:

$$Е_к = ΔАХ \times П_р^4 \times Р_{АХ} + ΔВХ \times П_р^4 \times Р_{ВХ} + ΔСХ + П_р^4 \times Р_{АХ};$$

– ΔАХ, ΔВХ, ΔСХ – зміна питомої ваги продукції загальному обсязі виробництва;

ΔАХ = 49%-40%=-9%; ΔВХ=30%-25%=-5%; ΔСХ = 30%-20%=-10%;

-Рах,Рвх,Рсх – рентабельність виробництва відповідних товарних груп Рах=4%; Рвх=5%; Рсх=15%.;

Пр – чистий прибуток підприємства, 6392 тис.грн;

Ек=(-0,09)*6392*0,04+(-0,05)-6392-0,05+0,1*6392*0,15=-23-16+96+57 тис.грн.

Розширення мережі роздрібної торгівлі за рахунок нових торгових точок

Пропонується в 2023 році відкрити в обласних та районних центрах 10 точок роздрібної торгівлі.

Економічний ефект від розширення мережі роздрібної торгівлі визначимо наступним чином:

$$Е_к = \left(К_{вір} \times N_{тт} \times \ Т_{діб} \times 360\right) \times К_р - \frac{К}{Т} \times N_{тт};$$

де – Квір – коефіцієнт, який враховує ризики господарської діяльності, 0,8;

Nтт – кількість додаткових торгових точок роздрібної торгівлі, 2012-10; 2013-15;

$Т_{діб}$– добовий товарооборот однієї торгової точки, 3 тис.грн;

$К_р$ – рівень рентабельності продажів, 5%;

К – разові витрати на організацію однієї торгової точки, 25 тис.грн;

Т – термін окупності разових витрат, 2 роки

Ек2012 =0,8*10*3*360*0,65-30/2*10=432-150=280 тис.грн

Підвищення рівня використання ресурсів.

В умовах зростання цін на енергоносії підприємству слід впровадити надзвичайний режим економії, що дозволить знизити матеріалоємність та енергоємність виробництва щонайменше на 0,1%

Економічний ефект від такого заходу складе

Ек = Квтр*В мат*0,1/100=0,8*82429*0,01=66 тис.грн

Де – Вмат – матеріальні витрати в 2020 р.

Удосконалення оплати праці на підприємстві

Впровадження цього заходу сприяє економній захищеності працюючих та привабливості підприємства.

В зведеному виді програма заходів щодо вдосконалення виробничої діяльності підприємства, та її обґрунтування наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5. Програма заходів по вдосконаленню виробничої діяльності Полтавської філії ТОВ «ЮГФУД»

Напрями, резерви та заходи по формуванню доходів підприємства	Обсяг виробництва		Економічний ефект, тис.грн		Результат впровадження	
	2022 рік	2023 рік	2022 рік	2023 рік	2022 рік	2023 рік
1**. Модернізація виробничого обладнання та технологічних процесів на иробництві** 1.1.Придбання автоматичної лінії для виготовлення напівфабрикатів «TECNA RA265BM», продуктивністю 600кг/год. 1.2.Придбання додаткової камери шокової заморозки «SFI40T1GGM»	Автоматична лінія Камера замо-розки		**173**	**180**	Збільшення обсягів виробництва напів-фабрикатів (пель-мені, вареники, хін-калі) та чистого доходу	
2. **Збереження фінансової стабільності підприємства в умовах модернізації виробництва.**	Фінансова стійкість підпри-ємства забезпечує можли-вість проведення комплексу заходів щодо використання резервів виробництва і проведення ефективної виробничої політики					
3. Удосконалення асортиментної політики та каналів збуту. 3.1. Розробка і впровадження більш досконалої асортиментної політики за рахунок зняття з виробництва неходової продукції (ролліні 75гр в асортименті; hjkksys 90гр. в асортименті; ролліні 120гр до посту, грильяж, ожина, картошка, полуниця, сир Тофу, гарбуз; ролліні-косичка в асортименті; ролліні міні; банниця; бонт'є; пахлава; трикутники 50гр; шаурма; ролліні ГАЗ; чебупелі; сирники; тісто на маслі, з заміщенням на ТОП-асортимент. 3.2. Збільшення виробництва власної ТМ Хутко (пельмені, вареники) в 5 разів, за рахунок підписання контрак-тів з каналом «Дистриб'ютори». 3.3. Розробка і впровадження більш досконалої політики каналів збуту, за рахунок мінімізації маркетингових заходів для непостійних та нестабіль-них споживачів, та перенаправлення бюджетів на стабільних та перспективних	Асортиментна політика		57	63	Збільшення чистого доходу, ефективна асортиментна політика	
4. Оцінка ринкової позиції підприємства. Розгалудження мережі роздрібної торгівлі за рахунок відкриття нових торгових точок в Україні.	10	15	94	141	Сприяє збільшенню випуску продукції	
5. Підвищення рівня використання ресурсів. 5.1 Зниження матеріалоємності виробництва за рахунок впровадження надзвичайного напряму економії	0.1% економії матеріально- тех-нічних та енерго-ємних ресурсів		66	75	Зниження матеріа-лоємності та енер-гоємності вироб-ництва, збільшен-ня прибутку	
6. Інтенсифікація виробництва за рахунок стимулювання праці 6.1 Організація оплати на підприємстві	Положення про оплату праці, колективні сис-теми преміюван-ня за результата-ми роботи		Впровадження цього заходу сприяє економічній захищеності працюючих та привабливості підприємства			
Разом	**10**	**15**	**390**	**459**		

Економічний ефект від реалізації програми заходів щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД» в 2022 році складе 390 тис.грн., в 2033 459 тис. грн.

ВИСНОВКИ

Мета кваліфікаційної роботи – дослідження економічної природи доходів підприємства, їх впливу на результати фінансовогосподарської діяльності, методичних засад управління доходами підприємства та розроблення практичних рекомендацій по удосконаленню управління доходами Формування доходів господарської діяльності підприємства (на матеріалах ТОВ «ЮГФУД»)

Категорія доходу є однією з найскладніших в економічній науці. Вона завжди була предметом широких дискусій серед представників різних економічних шкіл та напрямків.

Вчені розглядають різні аспекти цього поняття і трактують «дохід» порізному. Передусім, значний акцент при дослідженні цієї категорії провідні дослідники роблять, виділяючи чотири основні джерела: заробітну плату, доходи від власності, соціальні трансфери та доходи від господарської діяльності, види, структуру, а також диференціацію доходів.

Найпоширенішим серед сучасних економістів стало визначення поняття «дохід підприємства» як суми виручки від реалізації продукції і майна, а також від здійснення позареалізаційних операцій.

Дохід підприємства як економічна категорія спирається на два базових підходи щодо визначення його сутності, а саме – витратний та ринковий. Серед найбільш визнаних сучасних теорій, що ґрунтуються на цих підходах необхідно зазначити такі теорії доходу як факторна, компенсаторна (або теорія підприємницького доходу), інноваційна та теорія монопольного доходу**.** Зміст цих теорій детально розглянуто вроботі.

Зазначимо, що бухгалтерське трактування поняття доходу підприємства переважно базується на терміні «економічна вигода».

Досліджено, що доходи підприємства класифікуються за видами діяльності, джерелами формування, складом. Склад доходів визначається стандартами бухгалтерського обліку у «Звіті про фінансові результати».

Розгляд сучасних напрямків економічної теорії та її практичної реалізації у господарській діяльності підприємств дає змогу визначити найважливіші характеристики категорії доходу. Керуючись цими найістотнішими характеристиками, економічну сутність категорії доходу підприємства пропонується визначати таким чином: «Дохід підприємства – це надходження, одержані внаслідок його господарської діяльності за певний період часу у вигляді конкретних економічних вигод, отриманих внаслідок використання в господарському процесі залучених для цього економічних ресурсів в умовах прийнятного рівня підприємницького ризику»

Аналізуючи основні принципи управління доходами підприємств, встановлено, що основу для якісних змін всієї системи управління доходами може створити лише його спрямованість на стратегічну перспективу. Основною метою управління доходом має бути орієнтація на збільшення прибутку, але не на його максимізацію, а на досягнення певного цільового розміру, узгодженого із загальними стратегічними цілями розвитку підприємства.

Управління доходами підприємства слід проводити з врахуванням впливу зовнішніх чинників. Проведено ааналіз показників зовнішнього середовища, які мають кількісний вимір і щодо яких можна визначити кількісний вплив на доходи підприємства.

Основним видом доходу підприємства є дохід від реалізації продукції. Розглянуто основні напрями мобілізації резервів росту доходів від реалізації продукції промислових підприємств.

Однак на підприємствах має місце також інша операційна, фінансова та інвестиційна діяльність, тому на підприємстві можуть отримуватись інші доходи відмінні від виручки від реалізації продукції.Досліджені основні напрями управління цими видами доходів.

Оптимізація розвитку доходів підприємств передбачає ефективне використання такого інструменту управління ними як планування. Методи планування доходів на підприємствах та етапи управління доходами детально розглянуті в кваліфікаційній роботі бакалавра.

Кваліфікаційна робота бакалавра робота виконана на матеріалах ТОВ «ЮГФУД». В роботі наведено організаційно-правову характеристику підприємств та виробничу структуру підприємства.

З метою виявлення можливостей зростання доходів ТОВ «ЮГФУД» проведено аналіз впливу економічних, політичних, географічних, технологічних факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Переважна кількість факторів впливають позитивно, але на негативні фактори (і не тільки негативні) підприємство вплинути не може, тому повинно пристосуватися до них.

Аналіз фінансово-економічних показників ТОВ «ЮГФУД» свідчить, що підприємство є перспективним, таким що розвивається, з позитивною динамікою основних показників ефективності діяльності. Протягом досліджуваного періоду зросла вартість активів, значно зросли величина власного капіталу, основних засобів, оборотних активів, зменшилась середньооблікова чисельності персоналу.

Зросла середня заробітна плата працівників, скоротився середній період обороту оборотних запасів та дебіторської заборгованості.

Аналіз показників фінансового стану підприємства в 2018-2020 рр. – ліквідності; структури джерел формування капіталу; стану оборотних активів; основного капіталу дає можливість зробити висновок, що ТОВ «ЮГФУД» є платоспроможним підприємством,

Аналіз економічних та фінансових показників дозволив поставити конкретні цілі й завдання формування системи управління доходами та вибрати методи для розв’язування поставлених завдань, розроблені, визначені та обгрунтувані напрями удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД».

Проведений в кваліфікаційній роботі бакалавра аналіз виробничої діяльності підприємства та формування доходів надає можливість розробити та обгрунтувати напрями удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД».

В свою чергу аналіз стану, проблем та перспектив розвитку ринку заморожених напівфабрикатів в Україні та економічного та фінансового стану ТОВ «ЮГФУД» дозволили встановити що головним завданням для зростання доходу підприємства є формування ефективного асортименту продукції.

З метою аналізу об'ємів продажу продукції підприємства, структурування та визначення чітких лідерів і аутсайдерів серед всіх груп продукції, для коригування асортиментної політики проведено АВС-аналіз ефективності асортименту підприємства.

У процесі виконання дипломної роботи проаналізовано зовнішнє середовище ТОВ «ЮГФУД», його внутрішній потенціал, визначено необхідні заходи з підвищення конкурентоспроможності.

За результатами проведеного аналізу розроблена та обґрунтувана програма заходів щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД».

Економічний ефект від реалізації програми заходів щодо удосконалення управління доходами ТОВ «ЮГФУД» в 2022 році складе 390 тис.грн., в 2033 459 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про внесення змін до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств»: Закон України // Нормативні акти з фінансів, податків, страхування та бухгалтерського обліку. 2017, № 8.

2.Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України // Збірник нормативних актів із реформування бухгалтерського обліку в Україні. К., 2017.

3.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999р. №87 // ІАС «Парус-Україна». 2000.

4.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.2009р. №87 // ІАС «Парус-Україна». 2010.

5.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.2009р. №87 // ІАС «Парус-Україна». 2010.

6.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 №87 // ІАС «Парус-Україна». 2000.

7.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 5 «Звіт про власний капітал», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999р. №87 // ІАС «Парус-Україна». 2000.

8.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15. Доход // Збірник нормативних актів з реформування бухгалтерського обліку в Україні. Київ. 1999.43 с.

9.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16. Витрати // Збірник нормативних актів з реформування бухгалтерського обліку в Україні. Київ. 1999. – 43 с.

10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» // ІАС «Парус-Україна». 2000.

11. Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. Фінансова діяльність підприємства: Підручник. Київ: Либідь, 2018. 206 с

12. Бандурка А.М., Червяков И.М., Посылкина О.В. Финансово-экономический анализ. Харків: Ун-т внутр.дел, 2005.

13. Банкрутство і санація підприємства: теорія й практика кризового управління / Т.С. Клебанова, О.М. Бондар та ін./ За ред. О.В. Мозенкова. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003.

14. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. 2-ге вид., без змін. Київ: КНЕУ, 2007. 592 с.

15. Болюх М.А., Горбатюк М.І. Збірник задач із курсу «Економічний аналіз». Київ.: КНЕУ, 2002.

16. Бутинець Ф.Ф., Мних Є.В., Олійник О.В. Економічний аналіз. Практикум. Житомир: ЖІТІ, 2010.

17. Вартісні і структурні характеристики оборотного капіталу вітчизняних підприємств / В.В.Баліцька // Інвестиції: практика та досвід. 2018. №12. С.31-37.

18. Глівенко С.В., Соколов М.О., Теліженко О.М. Економічне прогнозування: Навч. посібник. 3-є видання, доп. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017.

19. Глущенко В.В., Глущенко Н.Н. Финансы, финансовая политика. Маркетинг, менеджмент. Київ. 2008. 416 с.

20. Головко Т. Методика аналізу фінансової звітності підприємства. Київ: Компас. 2017.

21. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2013. 240 с.

22. Грідчина М.В. Фінансовий менеджмент: Курс лекцій. Київ. 2016. 158 с.

23. Грідчіна М.В. Корпоративні фінанси: Навчальний посібник. Київ: МАУП, 2002. 232 с.

24. Грідчина М.В. Управління фінансами акціонерних товариств: Навч. посіб. Київ: А.С.К., 2005. 384с.

25. Джерела формування оборотного капіталу / О.В.Попазова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2018. №1. С.275-279.

26. Економіка підприємства: Навч. посіб. / І. М. Бойчик, П. С. Харів, М. І. Хопчан. Львів, 2009.

27. Економіка підприємства: Підр. // За заг. ред. С. Ф. Покропивного. Вид. 2-е, перероб. та доп. Київ: КНЕУ. 2001. 528 с.

28. Економіка підприємства / Л.І.Шваб. 2-е вид. Київ.: Каравела. 2015. 568 с.

29. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.1 / Редкол: С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.

30. Економічна сутність управління оборотним капіталом / О.В.Попазова // Інвестиції: практика та досвід. 2019. №5. С.33-36.

31. Економічний аналіз /М.А. Болюх, В.З. Бурчевський та ін./ За ред.М.Г. Чумаченка. Київ: КНЕУ, 2001.

32. Економічний аналіз фінансово-господарської діяльності: Навч. посібник / За ред. Ж.К. Нестеренка, А.В. Черепа, 2005 р. 123с.

33. Економічний аналіз / За ред. Ф.Ф. Бутинця. Житомир: ПП «Рута», 2003.

34. Економічний словник-довідник // За ред. док. екон. наук, проф. С.В.Мочерного. - Київ: Феміна, 2005. 368с.

35. Заруба О.Д. Основи фінансового аналізу та менеджменту: Практичний посібник. Київ, 2015.

36. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу. – Київ: Знання-Прес, 2008.

37. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. 2-ге вид., стереотип. Київ: МАУП, 2011. 152 с.

38. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент. Київ, 2016. – 531 с.

39. Кононенко О. Аналіз фінансової діяльності. – 3-є видання. – Х.: Фактор, 2005. 156 с. 31.

40. Комаринський А., Яремчук І. Фінансово-інвестиційний аналіз. – Київ, 2006.

41. Кононенко О. Читаем финансовую отчетность. Харків: Фактор, 2018.

42. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. Київ: Знання, 2010.

43. Круш П.В., Клименко О.В., Подвігіна В.І., Гулевич В.О. Капітал, основні та оборотні засоби підприємства. Навчальний посібни Київ: Центр учбової літератури, 2018. 328

44. Кудряшов В.П. Фінанси: Навчальний посібниКиїв Харків, 2002. 351 с.

45. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання. Київ: КНЕУ, 2017.

46. Маркс К. Капітал / М.:Издательство политической литературы.-1983-т.1-178 с.

47. О. В. Майборода, С. Ю. Хлопкова. Оптимізація структури капіталу та його вплив на фінансовий потенціал / О. В. Майборода, С. Ю. Хлопкова //. Ефективна економіка № 12, 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/94.pdf

48. Матюшенко І.Ю. Основи фінансового менеджменту. Київ, 2003.

49. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 336 с.

50. Мних Є.В. Економічний аналіз. Київ: Центр навчальної літератури, 2033.

51. Мец В.О. Економічний аналіз: Збірник практичних завдань і тестів за даними П(С)БО. Київ: КНЕУ, 2001.

52. Особливості визначення потреби підприємства в оборотному капіталі / О.В.Лиса // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №6. С.180-182.

53. Попович Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Тернопіль: Економічна думка, 2011.

54. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємства. Київ: КНЕУ, 2012. –571 с.

55. Серединська В.М., Загорна О.М., Федорович Р.В. Теорія економічного аналізу. Тернопіль: Економічна думка, 2002.

56. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства. Львів: ЛБУНБУ, 2010.

57. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2013. 554 с.

58. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. Посібник. Київ: КНЕУ, 2013. - 412 с.

59. Фінансовий аналіз: техніка розрахунків та моделювання економічних ситуацій / І.В. Алексєєв, А.С. Мороз та ін. Львів: Вид-во «Бескид Біт», 2013.

60. Фінансовий аналіз (для самостійного вивчення дисципліни) / О.С. Павловська та ін. Київ: КНЕУ, 2002. 77.

61. Фінанси підприємств: Підручник / А.М.Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д.Буряк та ін. Київ: КНЕУ, 2004. 546с.

62. Фінанси підприємств: Навчальний посібниКиїв / Слав′юк Р.А. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 460с.

63. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / Зятковський В.І. Київ: Кондор, 2003, 364с.

64. Финансы предприятий: Текст лекций. – Київ: Международный университет финансов2008. – 300 с.

65. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз. – Житомир: ЖІТІ, 2016.

66. Черванов Д.М., Рейкова Л.Д., Менеджмент інноваційної-інвестиційного розвитку підприємства України К: Знання, КНУ ім. Тараса Шевченка 2009. 514 с.

67. Шелудько В.М. Фінансовий ринок: Навч. Посібник. Київ: Знання-Прес, 2002.

68. Шиян Д.В., Строченко Н.І. Фінансовий аналіз: Навч. Посібник. Київ: Видавництво АСК, 2013. 240 с.