

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра
На тему: «Товарообіг підприємства: формування та удосконалення»
(на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»)

Виконала: здобувач IV курсу, групи 401-ЕП
Першого рівня вищої освіти
Спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
Шабазова Я.В.

Керівник: Скрильник А.С.

Рецензент: Калюжний А. П.

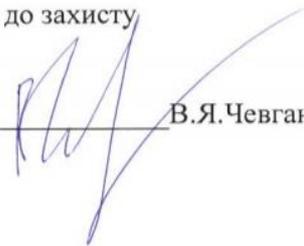
Консультанти

з кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

(охорона праці)

07 . 06 2021 р.  В.В.БибаЗдобувач 11 . 06 2021 р.  Я.В.ШабазоваКерівник роботи 15 . 06 2021 р.  А.С.СкрильникНормоконтроль 15 . 06 2021 р.  А.С.Скрильник

Допустити до захисту

22 . 06 2021 р.  В.Я.Чевганова

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

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ступінь вищої освіти «бакалавр»

Напрямок підготовки _____

(шифр і назва)

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки, підприємництва
та маркетингу

В.Я. Чевганова

“ 3 ” _____ 2021 року

ЗАВДАННЯ НА ВИПУСКНУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Шабазова Яніна Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Товарообіг підприємства: формування та удосконалення (на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»)

керівник роботи Скрильник А.С., к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ 03 ” 03 2021 року № 158 фс

2. Строк подання здобувачем роботи 14.06.2021 р.

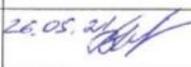
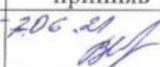
3. Вихідні дані до роботи Законодавство України, навчальна, наукова, довідкова та методична література, фахові періодичні видання, інформаційні ресурси, установчі документи підприємства, фінансова, оперативна та статистична звітність підприємства

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи бакалавра (перелік питань, які потрібно розробити) Розділ 1 Структурні основи товарообігу підприємства; Розділ 2 Організаційно-економічна характеристика структури Фірма «Полтавпиво»; Розділ 3 Аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та удосконалення пропозицій щодо його удосконалення

5. Перелік графічного матеріалу:

Ілюстративний матеріал у кількості 27 аркушів представлений у Додатку Г

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці	Биба В.В., к.т.н., доцент	26.05.21 	206.21 

7. Дата видачі завдання 26.04.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретична частина	26/04–09/05	30%
2	Аналітична частина	10/05–23/05	60%
3	Проектна частина	24/05–06/06	88%
4	Виготовлення ілюстративного матеріалу, перевірка на плагіат	07/06–13/06	95%
5	Рецензування та підготовка до захисту	14/06–20/06	100%
6	Захист випускної роботи бакалавра	22/06–27/06	+

Здобувач


(підпис)Шабазова Я.В.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)Скрильник А.С.
(прізвище та ініціали)

Примітки:

49. Форму призначено для видачі завдання студенту на виконання дипломного проекту (роботи) і контролю за ходом роботи з боку кафедри (циклової комісії) і декана факультету (завідувача відділення).

50. Розробляється керівником дипломного проекту (роботи). Видається кафедрою (цикловою комісією).

51. Формат бланка А4 (210 × 297 мм), 2 сторінки.

Реферат

Шабазова Я.В. Товарообіг підприємства: формування та удосконалення (на матеріалах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»). Машинопис. Кваліфікаційна робота здобувача першого рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Полтава: Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, 2021.

Робота містить 82 сторінки, 16 таблиць, 22 рисунки, 62 найменування використаних джерел, 4 додатки.

Об'єктом дослідження є процес товарообігу підприємства, а саме його формування та вдосконалення.

Мета роботи – глибокому вивченні товарообігу підприємства, а саме процесу його формування та вдосконалення та розробці напрямів збільшення товарообороту ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

У першому розділі роботи надано економічну характеристику товарообігу, його складу та класифікації; розглянено особливості планування товарообігу підприємства; обґрунтовано методи оцінки та аналізу структури товарообігу підприємства;

В другому розділі роботи наведено аналіз стану та перспектив розвитку пивного ринку в Україні; проаналізовано організаційно-правові основи діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво»; проведено аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво»; досліджено стан охорони праці ПАТ «Фірма «Полтавпиво».

У третьому розділі роботи проведено аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та факторів, що визначають його обсяг та структуру; запропоновано заходи, спрямовані на збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»; наведено економічне обґрунтування розміру товарообігу, що забезпечує запас фінансової міцності для підприємства.

Одержані результати можуть бути використані у практичній діяльності досліджуваного підприємства та сприяти підвищенню ефективності його функціонування.

Ключові слова: товарообіг, роздрібний та гуртовий товарообіг, асортимент, запас фінансової міцності, стратегічна карта.

ABSTRACT

Shabazova Ya.V. Turnover of the enterprise: formation and improvement (on the materials of PJSC «Firm» Poltavpivo «). Typescript. Qualification work of the applicant of the first level of higher education of specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activity». – Poltava: Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk, 2021.

The work contains 82 pages, 16 tables, 22 figures, 62 names of sources used, 4 appendices.

The object of research is the process of turnover of the enterprise, namely its formation and improvement.

The purpose of the work is an in-depth study of the company's turnover, namely the process of its formation and improvement and the development of directions for increasing the turnover of PJSC «Firm» Poltavpivo «.

The first section of the work provides economic characteristics of turnover, its composition and classification; the peculiarities of enterprise turnover turnover planning are considered; methods of assessment and analysis of the structure of trade turnover of the enterprise are substantiated;

The second section presents an analysis of the state and prospects of the beer market in Ukraine; the organizational and legal bases of activity of PJSC Poltavpivo Firm are analyzed; the analysis of the basic economic and financial indicators of activity of PJSC Poltavpivo Firm is carried out; the state of labor protection of PJSC «Firm Poltavpivo» was investigated.

In the third section of the work the analysis of the turnover of PJSC «Firm» Poltavpivo «and the factors that determine its volume and structure; measures aimed at increasing the turnover of PJSC «Firm» Poltavpivo «are proposed; the economic substantiation of the size

of a commodity turnover which provides a stock of financial durability for the enterprise is resulted.

The obtained results can be used in the practical activities of the researched enterprise and help to increase the efficiency of its operation.

Key words: trade turnover, retail and wholesale trade turnover, assortment, financial strength margin, strategic map.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні основи товарообігу підприємства.....	7
1.1. Економічна характеристика товарообігу, його склад та класифікація.....	7
1.2. Особливості планування товарообігу підприємства.....	16
1.3. Методи оцінки та аналізу структури товарообігу підприємства.....	25
Розділ 2. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»...	31
2.1. Аналіз стану та перспектив розвитку пивного ринку в Україні.....	31
2.2. Організаційно-правові основи функціонування підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	36
2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	45
2.4. Стан охорони праці на підприємстві ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».....	53
Розділ 3. Аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та розроблення пропозицій щодо його удосконалення.....	59
3.1. Аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та факторів, що визначають його обсяг та структуру.....	59
3.2. Заходи, спрямовані на збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»...	69
3.3. Економічне обґрунтування розміру товарообігу, що забезпечує запас фінансової міцності для підприємства.....	72
Глосарій.....	76
Висновки та пропозиції.....	82
Список використаних джерел.....	86
Додатки.....	92

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що можливість виживання підприємства на ринку в умовах конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Досягнення високого рівня конкурентоспроможності забезпечується створенням і реалізацією комплексу конкурентних переваг, які є результатом кращого задоволення потреб споживачів, що визначає маркетингову орієнтацію підприємств, зокрема, при процесах управління структурою товарообігу підприємства.

Зміни українського торгового бізнесу, що відзначаються останнім часом, пов'язані, перш за все, з змінами характеристик споживчого попиту, цифровізацією діяльності підприємств та процесів прийняття рішень покупців, насиченням ринку товарами, розвитком матеріально-технічної бази і вимагають від вітчизняних торгових підприємств впровадження в практику прогресивних управлінських технологій. Ринок операторів торгівлі неоднорідний та містить підприємства різних розмірів та форм власності, які обирають шляхи свого розвитку виходячи з рівня конкуренції на конкретному споживчому ринку, власного торговельного потенціалу, цілей та амбіцій власників підприємств та їх керівників.

Динамічність зміни обсягу та структури споживчого попиту обумовлює необхідність постійного здійснення стратегічного регулювання структури товарообігу. Питання оптимальної структури товарообігу підприємства, набуває дедалі більшої актуальності, залежно від розвитку ринкових відносин, в яких конкурентне положення підприємства залежить більшою мірою від ефективної торговельної політики підприємства ПАТ «Фірма «Полтавпиво».

Морфологічно-декомпозиційний аналіз категорії товарообігу, що складається з двох дефініцій – товар і обіг, дозволяє у найбільш широкому розумінні ідентифікувати категорію «товарообіг» як обсяг виконаних угод щодо купівлі-продажу товарів і надання торговельних послуг (залежно від прийнятої облікової політики). У кожному окремому акті купівлі-продажу, а відповідно, і в загальному

обсязі товарообігу акумулюються два компоненти: кількість проданого товару та ціна одиниці товару. Їх добуток дає суму грошової виручки (товарообігу).

У Великій Радянській енциклопедії зазначено, що товарообіг виражає вартість (суму) продаж засобів виробництва і предметів споживання, характеризує кількісні та якісні сторони економічної діяльності в сфері товарного обігу [6].

І.О. Бланк визначає товарообіг торговельного підприємства як суму продажу ним спожиткових товарів за певний період часу [4].

У колективному підручнику «Статистика ринку товарів та послуг» зазначено, що товарообіг характеризує обмін товарів на гроші, перехід товару від продавця до покупця, є показником ділової активності, який використовується в оцінці кон'юнктури ринку, що може розглядатися як величина задоволеного попиту [33].

В економічній літературі формування структури товарообігу комерційних підприємств вивчали як зарубіжні вчені, так і вітчизняні автори, а саме: Ф. Котлер [17], І.В. Височин [8], Н.О. Власова [36], А. Войчак [10], Б. Гринів [12], Г.В. Ситник [31], Н.Ткаченко [35], В.Яновський [43] та ін. Увага авторів до цієї проблеми пояснюється тим, що товар є ключовим елементом товарної політики. Водночас найбільшу увагу автори приділяють формуванню асортименту товарів, дослідженню конкурентоспроможності товарів.

Значний внесок у вирішення окремих проблем, пов'язаних з організацією аналізу товарообігу підприємств, зробили такі вчені: А. А Мазаракі [20], В.С.Марцин [21], Г.В. Ситник [31], Ю. П. Яковлев [42].

До числа вітчизняних науковців, у працях яких з різною мірою деталізації розглядалися теоретичні та практичні аспекти прогнозування і планування товарообороту підприємства, слід віднести Н.М. Ушакову, Л.О. Лігоненко, І.О. Смоліна, В.С. Марцина, Г.М. Тарасюка тощо.

Заслужують особливої уваги напрацювання у даній галузі науковців країн СНД, серед яких виокремимо А.У. Альбекова, Л.А. Брагіна, Р.П. Валевич, Л.В. Горшкову, А.І. Гребнева, Г.А. Давидову, Т.П. Данько, С.М. Лебедеву, С.А. Согомонян, О.М. Соломатіна та ін.

Грунтовними є розробки іноземних науковців і практиків у сфері управління продажами, зокрема Девіда Джоббера, Джеффа Ланкастера, Розан Л. Спіро, Уільяма Дж. Стентона, Грегорі А. Річа, Петера Вінкельманна, Радміло М. Лукіча, Чарльза Д. Шива, Александра Уотсона Хайяма та ін.

Однак, більшість науковців переважно вивчали окремі аспекти теми, такі як проблеми розвитку, ефективність товарообігу тощо. Аналіз опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, присвячених дослідженню цієї теми, показав, що вона має багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем. Вважаємо, що в сучасних економічних умовах є актуальним розгляд формування та удосконалення товарообігу на прикладі ПАТ «Фірма «Полтавпиво».

Мета роботи полягає в глибокому вивченні товарообігу підприємства, а саме процесу його формування та вдосконалення. Відповідно до поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

надати економічну характеристику товарообігу, його складу та класифікації;

розглянути особливості планування товарообігу підприємства;

обґрунтувати методи оцінки та аналізу структури товарообігу підприємства;

навести аналіз стану та перспектив розвитку пивного ринку в Україні;

проаналізувати організаційно-правові основи діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво»;

провести аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво»;

дослідити стан охорони праці ПАТ «Фірма «Полтавпиво»;

провести аналіз товарообігу ПАТ «Фірма «Полтавпиво» та факторів, що визначають його обсяг та структуру;

запропонувати заходи, спрямовані на збільшення товарообігу ПАТ «Фірма «Полтавпиво»;

навести економічне обґрунтування розміру товарообігу, що забезпечує запас фінансової міцності для підприємства.

Об'єкт дослідження – це процес товарообігу підприємства, а саме його формування та вдосконалення.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні аспекти товарообігу підприємства, особливості його формування та напрям вдосконалення на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Для виконання бакалаврської роботи використовувались абстрактні методи та узагальнення, завдяки їм систематизувався фактичний матеріал. Метод аналізу та синтезу під час виконання аналітичного розділу. Завдяки системному підходу відбувалось дослідження об'єктів і представлення їх у вигляді системи. Емпіричні методи дозволили дослідити стан пивної галузі в Україні та діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» в цілому, на основі отриманих результатів розробити напрями вдосконалення товарообороту підприємства. Також під час дослідження було використано метод спостережень автора.

Інформаційну базу дослідження склала чинна вітчизняна законодавча база, статистичні дані галузі, наукові праці вітчизняних та іноземних фахівців, офіційні дані ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за останні декілька років, а також матеріали представлені у глобальній мережі Інтернет.

Практична значущість дослідження пов'язана з впровадженням отриманих результатів в діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТОВАРООБІГУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна характеристика товарообігу, його склад та класифікація

Економічна характеристика сутності поняття «товарообіг» заключається в розумінні двох його морфологічних складових – «товар» та «обіг»

Товар – є предметом ринкової діяльності, споживачі його купують, а продавці реалізують - в цьому полягає сенс та вся важливість ринку. Довести товар від виробника до споживача і таким чином задовольнити його потреби – це головне завдання відділу збуту підприємства.

Як зазначено у словнику [9, с.897]: «товар – це предмет (матеріальний та інтелектуальний товар) або дія (тобто послуга) з корисними (споживчі властивості (споживча вартість) і призначеними для продажу».

В енциклопедичному словнику [18, с.478], дефініція поняття «обіг» у контексті зі словом «товар» означає фізичний рух товару, тобто його територіальне переміщення - від однієї географічної точки до іншої. Обіг в економічному просторі полягає у передачі товару від одного власника іншому, у зміні права власності на товар. Даний рух товарів забезпечує можливість багаторазової (багатоканальної) передачі товарів від одного власника до іншого. При цьому, товар може змінити одного або навіть кількох власників, не змінюючи його місцезнаходження, і навпаки, його можна транспортувати зі складу на склад, не продаючи.

Вцілому, між поняттями товарного обігу та товарного руху існує нерозривний зв'язок, вони неможливі одне без одного. Рух товарів в економічній зоні (передача товарів від одного власника до іншого) відбувається у формі обігу товарів, обміну товарів на гроші.

Виходячи з вищенаведеного, суть товарообігу полягає у поєднанні фізичних та економічних процесів перенесення товарів із виробничої зони, в зону руху товарів, а звідти — в зону споживання.

Аналіз праць дослідників О.А. Сотніченко [38], В.Протопопова [29], Б.В.Гринів [15] свідчить, що категорія «товарообіг» трактується з економічної точки зору як обсяг операцій, здійснених для продажу товарів і комерційних послуг (в залежності принципів бухгалтерського обліку). У кожному окремому процесі купівлі-продажу і, відповідно, в загальному обороті накопичуються дві складові: кількість проданих товарів і ціна за одиницю товару, їхній добуток дає суму виручки, що визначається як товарооборот.

Тобто, іншими словами можна стверджувати, що товарообіг – це дія, в основу якої покладено обмін конкретного товару на валюту. Отже, існує безперервний процес руху товарів і послуг, який відбувається за допомогою укладення договорів або договорів купівлі-продажу. На цю концепцію можна поглянути з двох сторін. З одного боку, товарообіг – це рух, в якому основна увага приділяється продукту як прямому об'єкту торгівлі. З іншого боку, вся увага зосереджена на договорі купівлі-продажу, оскільки це інструмент для просування продукту спочатку на ринок, а потім безпосередньо споживачеві.

Аналіз товарообігу дозволяє оцінити відповідність існуючих товарів попиту населення з метою вжиття заходів щодо оптимізації структури продажів, їхнього збільшення, прискорення темпів товарообігу, покращення ритмічності та рівномірності продажів. Вцілому, виділяють три основні складові товарообігу, рис.1.1

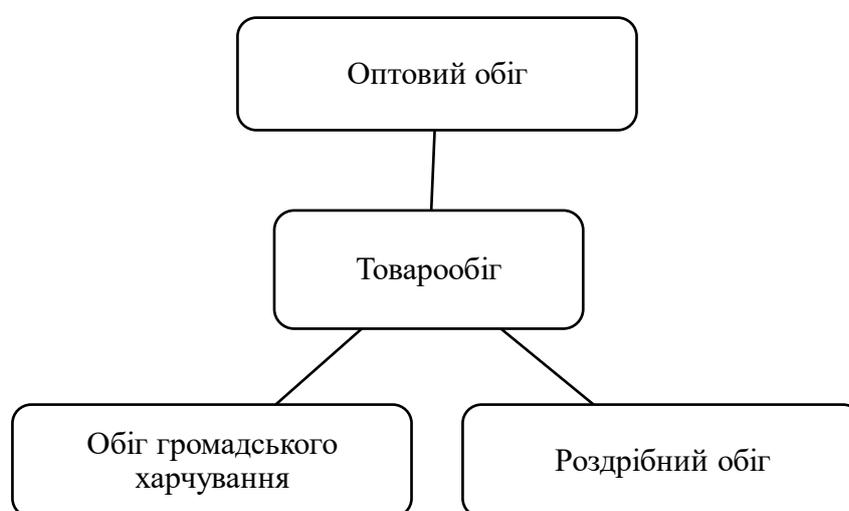


Рисунок 1.1 — Складові товарообігу підприємства [14, с.17]

Розглянемо кожну складову наведену на рис.1.1 більш детально.

У праці А.С.Карнаушенко зазначено: «Оптовий товарообіг - це продаж товарів однією організацією іншій організації для подальшого перепродажу або споживання» [19, с.43]. Обов'язковою ознакою для оптового підприємства є наявність рахунку-фактури.

Також дослідник виокремив сутність поняття «роздрібний товарообіг»: «це обсяг продажу товарів населенню, виражений у грошовій формі для задоволення його особистих потреб, а також продаж товарів у масштабі дрібного оптового продажу різним установам, організаціям, компаніям (лікарням, дитячим садкам, будинкам відпочинку та санаторіям, тощо), які є цільовим сегментом відповідно до виду товарів, робіт чи послуг. Після чого обігу товару завершується та входить в процес споживання» [19, с.44].

На нашу думку, економічна природа товарообігу виражається у відносинах, пов'язаних з обміном грошей на товар. Роздрібний товарообіг передає товари кінцевим споживачам і знаменує завершення процесу обігу. Товари з зони обігу потрапляють у зону споживання, стають власністю споживача, використовуються або утворюють споживчий фонд, тобто вони вже не є товарами.

Вартість товарів, створених у процесі виробництва, змінюють форму через роздрібний товарообіг. Це відшкодовує виробничі витрати і створює умови для подальшого розвитку виробництва.

Крамченко Л.І зазначає: «роздрібний товарообіг є найважливішим показником для торгової компанії. Його можна вважати результатом її діяльності і від цього залежить обсяг валового доходу та прибутку, що характеризує ефективність торгової діяльності. Важливість компанії на ринку споживчих товарів можна оцінити на основі обсягу оброблених товарів, що виражається в сумі грошової виручки за проданим товар» [22, с.109].

Вважаємо, що і громадське харчування за економічним змістом – це сфера товарного обігу, тому кейтерингові компанії є частиною торгової системи і основним показником якості їх діяльності є товарний обіг.

Товарообіг закладів громадського харчування – це виручка від реалізації продуктів харчування споживачам. Відносно нього враховуються, аналізуються і плануються всі інші показники, такі як рентабельність, витрати і доходи компанії. Тому важливо знати характеристики та складові товарообігу.

Товарообіг має якісні та кількісні характеристики. Якісні пов'язані зі структурою торгівлі (наприклад склад асортименту), а кількісні характеристики – з обсягом продажів у грошах. Необхідно чітко розмежовувати терміни «обсяг» та «склад» товарообігу: обсяг – це сума торгової виручки, що передається в касу або банк, обсяг дрібних оптових продажів (банківським переказом), втрати від вхідних платежів (згідно з документами), тоді як склад товарообігу складається з різних видів продажів (рис.1.2.)

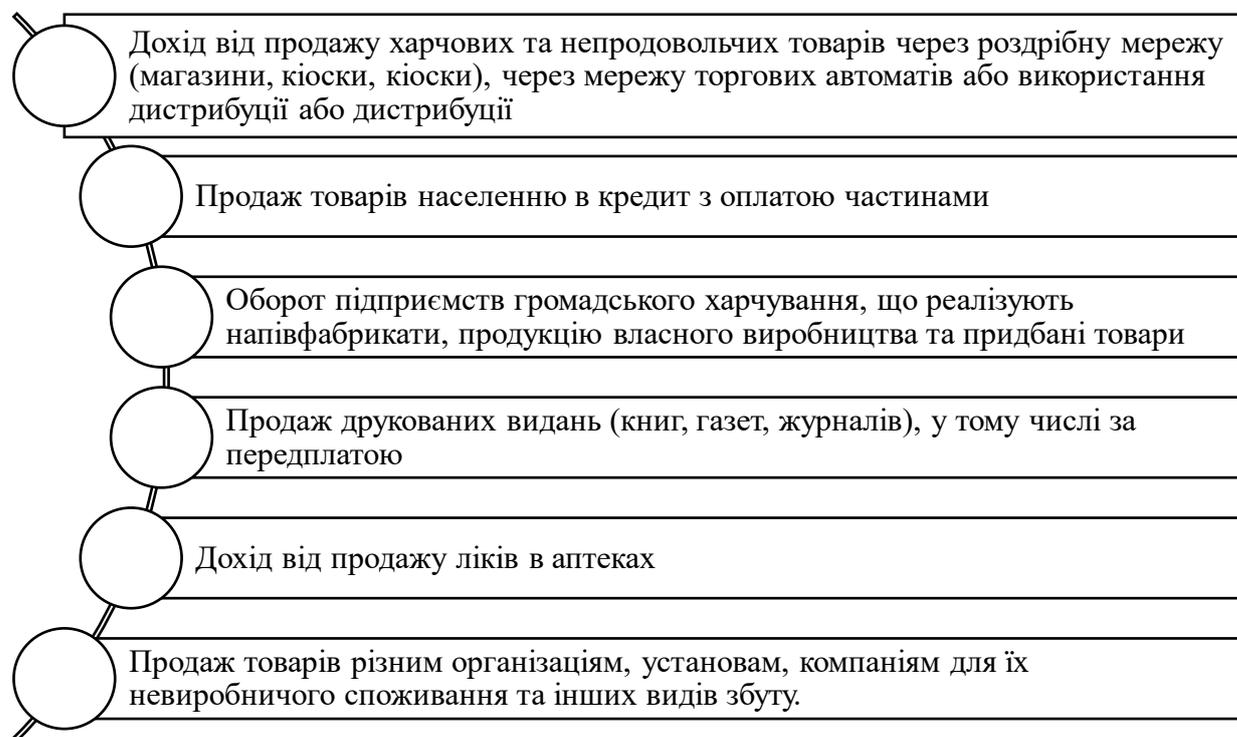


Рисунок 1.2 — Склад роздрібного товарообороту [30, с.157]

Структура (або асортимент) товарообігу включає продовольчі та непродовольчі товари, що продаються певною торговою компанією. Ці товари поділяються на асортиментні групи та підгрупи, що детальніше враховують типи, різновиди, моделі та розміри товарів.

Товарообіг характеризує обсяг реалізації та купівлі товарів в одиницях вартості, рідше в натуральних одиницях. Безкоштовна передача товару або послуги (надання, підтримка, переміщення) не є обігом товарів.

Процес формування товарообігу ґрунтується на чотирьох цінових елементах: непрямі податки, виробничі витрати на товари, витрати на продаж (включаючи транспортування товарів від постачальників до точок продажів) і прибуток від продажу товарів (Табл.1.1). Оплата названих складовий відбувається за рахунок споживача при умові, що асортимент товарів відповідає споживчому попиту. Отже, товарообіг можна розглядати як реалізований попит.

Таблиця 1.1 — Структура товарообігу за елементами ціноутворення [32, с.83]

ТОВАРООБІГ				
Собівартість реалізованих товарів (витрати на закупівлю товарів та їх транспортування до місць торгівлі)	Непрямі податки і збори	Знижки, надані покупцям; вартість повернутих покупцями товарів	Витрати обігу	Прибуток від реалізації товарів
			Сума реалізованих торговельних надбавок (комерційний дохід від реалізації товарів)	

Розглядаючи товарообіг як об'ємний показник активності підприємства, не можна ігнорувати той факт, що дохід торгової компанії від продажу товарів є частиною обороту, представленого як сума торгових надбавок (знижок), отриманих від продажу товарів за певний період часу. У зв'язку з тим, що в торгівлі не створюється нова споживча цінність, дохід від продажу товарів є платою за надання торгових і посередницьких послуг (доставка товарів споживачам і їх продаж), яка є частиною доходу торгової компанія і іменується комерційним доходом від продажу товарів.

У цьому контексті слід зазначити, що взаємозв'язок між поняттями «дохід від продажу» і «виручка від реалізації» неоднозначно обговорюється в науковій літературі. Тому більшість дослідників для уникнення невірної трактування понять, вважають товарообіг обсягом виручки від реалізації, а дохід від продажу товарів розглядають як частину обороту - розмір торгової націнки (знижки), які були

отримані в результаті діяльності за певний час. Період (торговий дохід). У бухгалтерському обліку (форма №2 «Звіт про фінансові результати») використовується агрегований показник доходів (обігу) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Аналіз світового досвіду трактування поняття «товарообіг» [17, с.156] свідчить, що сутність термінів, які використовуються в бухгалтерському обліку роздрібними компаніями, може сильно відрізнятись в різних країнах. Наприклад, якщо у Великобританії та Північній Ірландії термін «товарообіг» означає загальний обсяг продажів, то для Організації економічного співробітництва і розвитку «товарообіг» означає суму валових продажів і деяких інших доходів, за винятком майна, одержуваного від здачі в оренду, внесків, подарунків і т. д. Згідно трактуванню в Загальноприйнятих принципах бухгалтерського обліку США «товарообіг» означає кількість обертів, коли актив замінюється протягом фінансового періоду, і в більшості випадків зазвичай використовується в зв'язку з оборотом запасів або дебіторської заборгованості.

У вітчизняній практиці організації бухгалтерської роботи комерційних підприємств термін «товарообіг» використовується виключно в статистичному обліку, а в бухгалтерському та податковому обліку використовується термін «виручка (дохід) від реалізації товарів» (Табл.1.2).

Таблиця 1.2. Ідентифікація товарообороту в різних видах обліку підприємства [29, с.302]

Характеристика	Вид обліку		
	Бухгалтерський	Статистичний	Податковий
1	2	3	4
Дефініція, що характеризує дохід (виручку) від реалізації товарів	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), в т.ч. доходи від реалізації товарів (рахунок 702)	Товарооборот, у т.ч. 1) для підприємств роздрібної торгівлі у розрізі: - роздрібний товарооборот торгової мережі; - оптовий товарооборот і оборот від посередницької діяльності; - товарооборот ресторанного господарства; 2) для підприємств оптової торгівлі у розрізі	Доходи, що враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування: 1) доходи від операційної діяльності, 2) інші доходи

Продовження табл.1.2

1	2	3	4
		- оптовий товарооборот; - роздрібний товарооборот; - оборот від посередницької діяльності; - оборот від інших видів діяльності.	
Форма звітності, в якій відображається дохід (виручка) від реалізації товарів	Форма №2	Для підприємств роздрібної торгівлі: Форма №1-торг Форма №3-торг Для підприємств оптової торгівлі: Форма №1-опт (місячна, квартальна, річна)	Декларація з податку на прибуток
Метод визначення доходу (виручки) від реалізації товарів	Метод нарахувань	Метод нарахувань	Метод нарахувань
Порядок визнання доходу (виручки) від реалізації товарів	Доходом (виручкою) від реалізації товарів визнається вся сума отриманих надходжень від покупців/замовників на оплату за реалізовані їм товари. Не визнається доходом звітного періоду сума попередньої оплати товару, одержані аванси в рахунок оплати товару	Товарооборот визнається за фактом відвантаження товару незалежно від надходження платежу на рахунок підприємства.	Дохід від реалізації товарів визнається за датою переходу покупцеві права власності на такий товар. Не враховуються для визначення об'єкту оподаткування суми попередньої оплати та авансів, отримані в рахунок оплати товарів, виконаних робіт, наданих послуг.

До прийняття Податкового кодексу України в указаних видах обліку існували відмінності в поданні компаніями доходів від реалізації товарів. А саме, під час формування Декларації з податку на прибуток, в валовий прибуток платника податків за звітний період включалися як обсяг реалізації відвантажених товарів, так і сума авансів і передоплати за товари, тобто використовувалися касовий метод і метод нарахування. У бухгалтерському і статистичному обліку використовується метод нарахування, згідно з яким отримані аванси і передоплати не враховуються як дохід за звітний період, оскільки не відповідають критерію визнання доходу - переходять на покупця ризику і вигоди від володіння [1]. Відповідно до положень Податкового кодексу України [1], отриманими в звітному періоді, комісія за реалізацію

невідвантажений товарів не враховується при визначенні об'єкта оподаткування і враховується тільки в тому періоді, в якому товар відправляється покупцеві, що відповідає вимогам бухгалтерського та статистичного обліку.

У розрізі господарської діяльності торгових компаній джерелами доходу є доходи від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), розмір передоплати авансових внесків від покупців та замовників для негайної поставки продукції (товару, робіт чи послуг) [2]. В даному випадку це концепція «вхідного (позитивного) грошового потоку від операційної діяльності», який частково є сумою, отриманою за товари, продані протягом звітного періоду (виручка від продажу товарів).

Згідно трактувань в економіко-енциклопедичному словнику під виручкою розуміються також гроші, які підприємство, фірма чи підприємець отримують від продажу (реалізації) товарів і послуг [18, с.102]. Однак в цьому показнику не враховується собівартість відвантажених, але не оплачених товарів, оскільки в результаті такої операції надходження грошових коштів відсутнє.

Співвідношення між складовими припливу грошових коштів в результаті роздрібною діяльності та сумою доходів (надходжень) від реалізації товарів - товарообігу, яке відображається у формі №2 (бухгалтерський облік), а також у формі форма форм статистичного та податкового обліку відображено на рис.1.3.

Крім структури товарообігу на рис.1.3, доцільно зосередитись на таких практичних аспектах, що відображаються вітчизняними підприємствами в бухгалтерській та фінансовій звітностях [3]:

1) Бухгалтерська звітність (форма № 2) - Дохід (віручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - інтеграційний показник доходу (доходу) від реалізації продукції підприємством, без врахування сум одержаних авансів та передоплати.

2) Статистична звітність (форми №1-торг, №3-торг, №1-опт (місячна, квартальна, річна)) – відображається товарообіг без урахування сум отриманих авансів і передоплат.

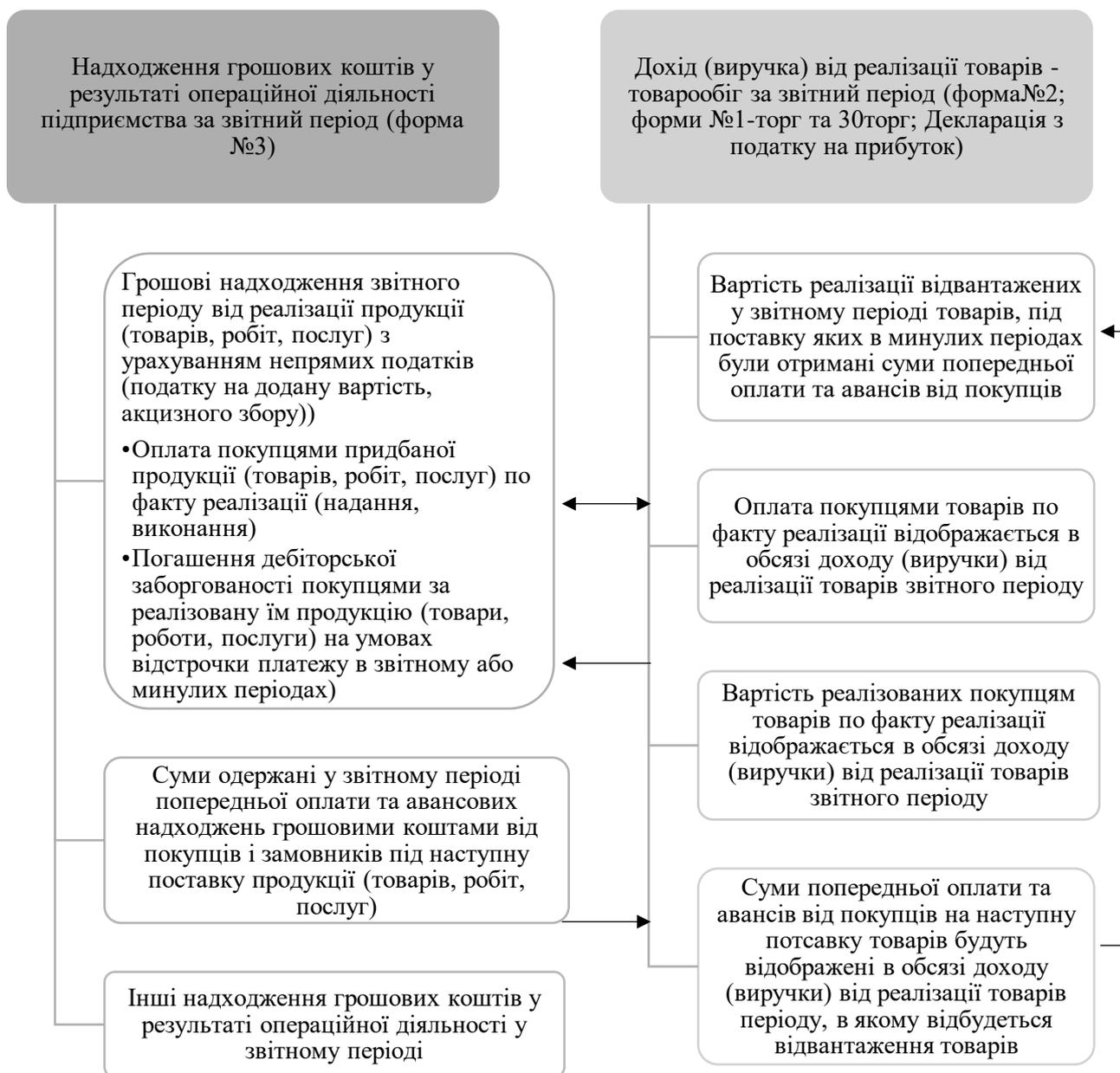


Рисунок 1.3 — Формування товарообігу підприємства та його взаємозв'язок з сумою надходження грошових коштів [3]

Форми №1-торг та №3-торг заповнюють не тільки роздрібні компанії, але і ті, що крім своєї основної діяльності, також здійснюють діяльність у сфері роздрібної торгівлі та ресторанного бізнесу. Форми №1-опт заповнюються компаніями, основним видом діяльності яких є оптова торгівля.

Таким чином, торгівля є одним з найважливіших показників економічної діяльності торгових компаній і важливим фактором забезпечення сталого економічного зростання для всієї країни. Кількісні та якісні характеристики товарів,

які переходить з області виробництва в область споживання, відображаються в показниках товарообігу. А сама торговельна діяльність полягає в просуванні товарів від виробника до споживача за допомогою продажу товарів за гроші, при цьому наявність торгової діяльності визначається продажами і оборотом.

1.2. Особливості планування товарообігу підприємства

У практиці функціонуючих підприємств, прогноз товарообігу визначається як обсяг обороту, який може бути досягнутий при певних умовах або при виконанні певних подій. Це значення вказується та використовувати при розробці плану товарообігу.

План товарообігу - це обсяг продажів, який повинен бути досягнутий при виконанні певних дій. За визначенням Д. Джобери і Дж. Ланкастера, «планування ґрунтується на прогнозуванні товарообігу, і мета планування полягає в розподілі ресурсів компанії для забезпечення цих очікуваних продажів» [17, с. 525-526]. Звідси випливає, що може бути багато прогнозів, які використовуються для прийняття управлінських рішень. Про те план зазвичай один і прямо або побічно визначає управлінські рішення.

Цикл процедур планування схематично представлений на рис. 1.4.

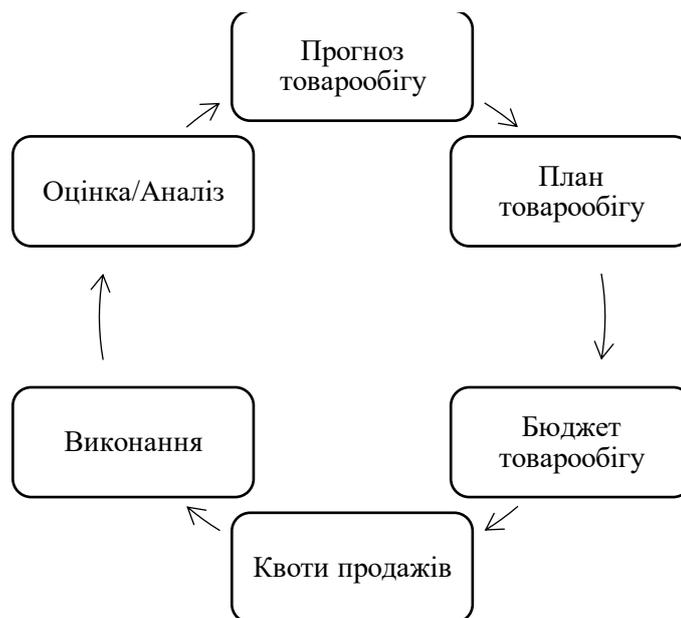


Рисунок 1.4 — Процес планування товарообігу підприємства [17, с.526]

Згідно наведеної схеми та на основі узагальнення наявних наукових розробок, порядок планування товарообігу представлено у вигляді алгоритму пов'язаних етапів (рис. 1.5).



Рисунок 1.5 — Етапи планування товарообігу підприємства [17, с.526]

Проаналізуємо кожен із етапів планування на рис.1.5 більш детально.

Етап 1. Створення вихідної інформаційної бази для планування товарообігу підприємства.

Дослідника Д. І. Баркана стверджує, що аналіз і оцінка повинні стати основою для розробки реалістичного плану продажів [6, с. 122]. На даному етапі відбувається виконання планових розрахунків - це систематизація результатів на основі аналізу товарообігу підприємства, який необхідно враховувати при обґрунтуванні плану, а також здійснюється оцінка ступеня виконання раніше розробленого плану товарообігу.

Етап 2. Прогноз можливого обсягу товарообігу підприємства.

На цьому етапі підприємство отримує варіанти можливого обсягу товарообігу і визначається остаточне значення прогнозу на основі інтуїтивного або розрахункового вибору з урахуванням впливу нових внутрішніх і зовнішніх факторів, які не були раніше прийняті до уваги. Дослідниками [9, с.178] було проведено ретельне дослідження теоретичних, методологічних і методологічних підходів до прогнозування товарообороту та визначено, що прогноз в системі управління товарообігом є заздалегідь спланованою розробкою багатовимірних моделей розвитку товарообігу підприємства. Цінність прогнозу товарообігу вимірюється його корисністю при створенні плану продажів і прийнятті рішень в області продажів, а саме:

- а) прогноз визначає межі планування товарообігу і визначає показники вихідних даних для формування плану продажів;
- б) прогноз визначає реально досяжну швидкість зміни товарообігу.
- в) у прогнозі враховуються всі можливі варіанти майбутніх обсягів товарообігу і можливості їх досягнення.

Крок 3. Оцінка інтенсивності прогнозу можливого товарообігу.

В даний час, оцінка інтенсивності плану товарообігу визначається окремими вченими, що займаються питаннями управління торгівлею [7, с. 192-193; 27, с. 74] як необхідний крок в загальній послідовності управління товарообігом підприємства. Зазвичай вказується, що коефіцієнт інтенсивності планів може бути визначений шляхом порівняння відповідних показників з встановленими показником (стандартом) або існуючим стандартом (наприклад, науково обґрунтованими або оптимальними показниками планування) і з використанням цього методу розрахунку для оцінки різних розділів або показників використовуються наступні плани: виробництва, потреба в ресурсах, реалізація товарів, дохід, розподіл прибутку і т. д.

У своїх дослідженнях, І.О.Бланк відображає можливість порівняння запланованого обсягу товарообігу на одиницю використаного ресурсу з досягнутими показниками підприємства, обраного як еталон. Дослідник зазначає, що оцінка інтенсивності плану повинна ґрунтуватися на порівнянні запланованого товарообігу 1 м² торгової площі і на 1 співробітника аналізованого підприємства із заздалегідь

визначеними аналогічними показниками для кращих аналогічних підприємств в регіоні або в галузі, підкреслюючи, що така оцінка зазвичай проводиться для планів, орієнтованих на можливості споживчого ринку чи досягнення цільової прибутку [7, с. 192].

На підтримку такого підходу дослідник В.Яновський [52, с.7] доповнив його порівнянням планового товарообігу на 1 грн. товарних ресурсів (товарні ресурси - запаси на початок періоду плюс надходження товарів в цей період) із заздалегідь визначеними аналогічними показниками корпоративного стандарту. В цьому випадку консолідований індекс інтенсивності торгового плану (In) розраховується за формулою (1.1):

$$In = \sqrt[3]{Inz \times Inp \times Int}, \quad (1.1)$$

де InЗ — індекс напруженості плану товарообігу за ефективністю використання площі торговельної зали;

InП — індекс напруженості плану товарообігу за ефективністю використання праці персоналу;

InТ — індекс напруженості плану товарообігу за ефективністю використання товарних ресурсів.

На етапі розробки плану товарообігу необхідно забезпечити баланс планованих обсягів з еталонним, що досягається при коефіцієнті напруженості - 1. Чим більше значення розрахункового коефіцієнта, тим вище інтенсивність оцінюваної мети. Перевищення планових показників над відповідними нормативними значеннями або обраних еталонних значень при нормальних умовах роботи компанії, зазвичай, не спостерігається, так як це свідчить про низьку якість розробленого плану і потребу в коригуванні. Отже, беручи до уваги інтенсивність торгового плану, можна внести відповідні корективи, щоб забезпечити ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства.

Етап 4. Визначення необхідного обсягу товарообігу за цільовими показниками.

За визначенням Н. Рибникової, наявність цільової установки - явно чи неявно - є обов'язковою частиною будь-якого плану, окрім того, якщо це нетривіально, його потрібно відокремити від планових показників [7, с. 83]. Відсутність мети при

розробці плану товарообігу унеможливить надання категорії управління товарообігом ознаки результативності, оскільки «єдина точка опори, на якій ґрунтується раціональність - це система цінностей, яку можна визначити» [8, с. 266].

Визначення необхідного обсягу товарообігу на основі цільових показників здійснюється програмним цільовим методом і може являти собою розрахунок [50, с.9]:

- 1) товарообігу, що забезпечує необхідний прибуток;
- 2) товарообігу, що забезпечує мінімальний прибуток;
- 3) товарообігу, що забезпечує досягнення достатньої фінансової стійкості;
- 4) товарообігу, що забезпечує досягнення заданих параметрів моделі досяжного зростання.

Етап 5. Узгодження можливостей та потреби в плануванні товарообігу підприємства.

Надзвичайно важливим етапом в плануванні товарообігу є узгодження можливих і необхідних обсягів та прийняття рішення щодо величини товарообігу, досягнення якої формує основу для розробки бюджету продажів і встановлення квот продажів для окремих продавців.

У колективному підручнику «Економіка торговельного підприємства» автори розглядають можливі взаємозв'язки між варіантами розрахунку планованого обсягу товарообігу з описом ситуації і відповідним управлінським рішенням в поточних умовах. Як альтернативний варіант плану товарообігу необхідний обсяг зіставляється з необхідним і ресурсозберігаючим товарообігом [9, с. 151-152]. Запропонований авторами підхід до узгодження варіантів плану товарообігу не враховує результати прогнозування обсягу товарообігу на основі експертних методів і методів, заснованих на виявленні тренда. Також ресурсозберігаючий обсяг товарообігу, розрахований на основі факторного аналітичного методу, розглядається як один з підходів до визначення можливого товарообігу та як керівництво для остаточного рішення з урахуванням необхідного його обсягу.

Ґрунтуючись на розвиток і доповнення існуючих розробок, дослідник І.В.Височин доповнив можливі варіанти співвідношення індексу планованих змін до

можливого товарообігу і коефіцієнта інтенсивності прогнозу у вигляді чотирьох типових ситуацій, кожна з яких вимагає відповідних управлінських рішень (Таблиця 1.3). Деталізовані характеристики типових ситуацій (а – товарообіг можливий більший від товарообігу необхідного та ситуація б – товарообіг можливий менший від товарообігу необхідного) та можливі управлінські рішення.

Таблиця 1.3 — Характеристики типових ситуацій і можливі управлінські рішення для прийняття остаточного рішення по відношенню до планового обсягу товарообігу [10, с.35]

Ситуація	Характеристика параметрів оцінки ситуації	Тип ситуації	Можливі управлінські рішення	Характер управління ТО
1а	Заплановано зростання можливого ТО у плановому періоді ІКН низький	Зростання	Прийняти план ТО до реалізації та здійснювати моніторинг перебігу його виконання	Збалансований
1б			Уточнити план ТО з урахуванням можливих напрямів диверсифікації діяльності	
2а	Заплановано зростання можливого ТО у плановому періоді ІКН високий	Переоцінка ресурсних можливостей	Зменшити заплановане зростання можливого ТО до порогової межі. Підвищити ефективність використання наявних ресурсів. Мобілізувати додаткові ресурси для виконання запланованого зростання можливого ТО та забезпечити їх ефективне використання	Інтенсивний / Екстенсивний
2б			Підвищити ефективність використання наявних ресурсів. Мобілізувати додаткові ресурси для перевиконання запланованого зростання можливого ТО та забезпечити їх ефективне використання. Врахувати можливі напрями диверсифікації діяльності	
3а	Заплановано скорочення можливого ТО ІКН високий	Скорочення	Розробити заходи для недопущення скорочення обсягів можливого ТО за порогову межу. Посилити мотивацію персоналу за виконання планових завдань	радикальний
3б			Посилити мотивацію персоналу за виконання планових завдань. Врахувати можливі напрями диверсифікації діяльності	
4а	Заплановано скорочення можливого ТО ІКН низький	Недооцінка потенціалу підприємства	Здійснити пошук невикористаних резервів зростання можливого ТО за рахунок потенційних можливостей ресурсного потенціалу підприємства	Диверсифікований
4б			Здійснити пошук невикористаних резервів зростання можливого ТО за рахунок потенційних можливостей ресурсного потенціалу підприємства. Врахувати можливі напрями диверсифікації діяльності	

Етап 6. Розробка бюджету товарообігу.

Виходячи з визначення бюджету як «кількісного вираження показників плану на заданий період» [31, с. 64], в основі бюджету продажів повинен бути планований обсяг товарообігу, який може бути фактично досягнутий, тобто узгоджений з необхідним значенням планованого можливого обсягу товарообігу.

Сучасні вчені та практики згодні з тим, що бюджет продажів заснований на щомісячній або кварталній інформації про плановані обсяги товарообігу з точки зору типу та вартості по відношенню до окремих товарів / груп / категорій. Крім того, в бюджеті продажів може бути передбачено подання товарообігу по окремим структурним одиницям (підприємствам, магазинам, відділам). Якщо підприємства знаходяться в різних географічних регіонах, слід включати регіональну розбивку показників.

Варто зазначити, що бюджет продажів підприємства включає оцінку характеру і вартості обсягу товарів, відвантажених покупцеві, при цьому вартісна оцінка повинна бути включена в бюджет доходів і витрат, на якому заснований бюджет руху грошових коштів.

Етап 7. Встановлення квот продажів.

З точки зору результатів діяльності підприємств або працівників, коефіцієнт продажів - це кількість (вартість) одиниць товару або послуги, які мають бути реалізовані конкретним продавцем [36, с.72]. Тому виникає потребу у врахуванні мінімальних та максимальних квот для підприємства, відділу продажів та окремих співробітників.

Необхідний обсяг товарообігу (мінімальна квота продажів) для окремого продавця заснована на визначенні точки беззбитковості торговельної одиниці і подальшому визначенні запланованого мінімального обсягу товарообігу для окремого співробітника торгової одиниці.

Можливий обсяг товарообігу (максимальна квота продажу) для окремого співробітника визначається на основі запланованого обсягу товарообігу.

У спеціальній літературі виділяються три основні теорії квот для працівників [42, с.40], а саме:

- теорія високих квот - включає визначення реалістичних, але перевищуючих можливостей більшості працівників, квот (прихильники цієї теорії вважають, що високі квоти можуть принести більш високий прибуток);

- Теорія помірних квот - передбачає встановлення норм, досяжних для більшості продавців (прихильники цього підходу впевнені, що продавці можуть розглядати помірні квоти як реальні і легко виконують встановлені нормативи).

- Теорія змінних квот - заснована на тому, що продавці володіють індивідуальними характеристиками і це є ключем до виконання високих нормативів одними і помірних - іншими.

На практиці рекомендується розподіляти квоти в такій формі: дві третини продавців відповідають квотам і перевищують їх, а одна третина не виконує їх [СИЧ], тобто використовувати в діяльності змінні квоти. Такий розподіл продуктивності дає можливість комплексної мотивації продавців (підвищення винагороди успішних виконавців і перерозподіл частини запланованих преміальних виплат (комісійних) на користь кращих виконавців).

Етап 8. Контроль виконання плану товарообігу.

Виходячи із загальних підходів до організації контролю планової діяльності [47, с. 18], розрізняють три види контролю товарообігу:

а) попередній (або «контроль в процесі складання планів») – тобто контроль товарообігу на внутрішню узгодженість, відповідність цілям компанії, реальності досягнення;

б) поточний («контроль при виконанні планів») - здійснюється безпосередньо в рамках реалізації плану товарообігу, а його визначення полягає в регулюванні своєчасного виконання плану на основі оперативного виявлення результатів і порівняння з запланованими;

в) остаточний («після реалізації планів») - проводиться на останньому етапі реалізації плану товарообігу і дозволяє аналізувати результати і досвід, накопичений при реалізації цього плану, з метою досягнення подальших покращень.

Пунктами контролю виконання плану товарообігу є: час; цінові, фізичні і вартісні показники торгівлі за окремими продавцям, асортиментним позиціям,

структурним підрозділам, регіонах і компанії в цілому; зміни, що відбуваються в процесі реалізації плану; підготовка, отримання, розсилка і узгодження планової документації; відповідність поставленим цілям і ін.

В цілому, дослідники [36, с.70; 46] зазначають, що контроль процесу реалізації плану товарообігу повинен включати наступні рівні:

1) контроль виконання квот продажів окремими продавцями, продавцем, касиром, касиром;

2) Контроль за виконанням бюджетів продажів за окремими позиціями асортименту, структурним підрозділам і територіям;

3) Контроль за виконанням плану товарообігу в компанії. Моніторинг виконання плану товарообігу сприятиме здійсненню своєчасних заходів для підтримки контролю торгівлі та формування можливості для прогнозування.

Контроль за виконанням плану товарообігу на заключному етапі повинен включати розрахунок відхилення фактично досягнутих показників від встановлених квот для окремих продавців та розробленого бюджету продажів за окремими позиціями.

Отже, на основі проведеного дослідження, можна зробити висновок, що планування товарообігу – це обґрунтування необхідного обсягу товарообігу на заданий період і його подальше узгодження з прогнозованою вартістю можливого товарообігу з урахуванням існуючих обмежень, термінів і, на основі цього, розробка бюджетів і визначення квот продажів. Прогноз товарообігу, в свою чергу, являє собою змінне обґрунтування можливого обсягу продажів за певний період часу на основі очікуваної інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище компанії та історичних даних за минулі періоди, необхідних з урахуванням уточнених потреб компанії.

1.3. Методи оцінки та аналізу структури товарообігу підприємства

Вивчення існуючих тенденцій і можливостей підприємства, що стосуються реалізації товарів, визначення факторів, які позитивно і негативно впливають на обсяг товарообігу підприємства, досягаються в процесі аналізу обсягу і структури товарообігу підприємства. Згрупуємо проведені дослідження завдань економічного аналізу, що виділяють автори у спеціалізованій літературі (Табл. 1.4).

Таблиця 1.4 — Ступінь висвітлення економічного аналізу товарообігу підприємств у наукових джерелах

Джерело	Завдання аналізу теми дослідження	Етапи аналізу теми дослідження	Специфічні показники (коефіцієнти)
1	2	3	4
Гринів Б.В. [15]	Дати оцінку змін у попиті споживачів, розкрити недоліки в торговельному обслуговуванні населення з метою вживання своєчасних заходів для його покращення	- Дати оцінку виконання плану і динаміки товарообороту по окремих товарних групах; - виявити кількісні і якісні зміни, які відбулися у структурі роздрібного товарообороту; - вивчити динаміку реалізації основних груп товарів на душу населення; - оцінити досягнутий рівень реалізації товарів на душу населення порівняно з іншими підприємствами; - виявити позитивні сторони і недоліки в організації торгівлі і вивченні попиту населення на товари.	Оцінка виконання плану, динамічні зміни товарообороту по кожній з товарних груп, зміни у структурі товарообороту порівняно з базисним періодом і планом.
Самко М.С.[34]	Виявлення тенденцій розвитку товарообороту, в оцінці повноти задоволення платоспроможного попиту населення на товари та можливостей отримання підприємством необхідного прибутку при досягнутому обсязі та структурі товарообороту.	- Вивчення обсягу товарообігу, динаміка, склад, структура, за методами продажу; - будеться індексний ланцюжок взаємозв'язку показників; - проводиться факторний аналіз; - виявляються резерви зростання; - визначаються можливості обліку невикористаних резервів при плануванні обсягу реалізації на майбутній період.	Продуктивність праці, середнього -динний виторг на одного працівника, середньоденний виторг на одного працівника, середньорічний виторг на одного працівника.
Болюх М.А., Бурчевський В.З. [13]	Перевірка обґрунтованості планової величини товарообігу; перевірка виконання плану товарообігу в цілому за звітний період	Провести аналіз структури товарообігу, тобто розглянути співвідношення продажу окремих видів товарів або товарних груп і їх питома вага в загальній сумі реалізації товарів; здійснити факторний аналіз роздрібного товарообігу	Чисельність торгових працівників, залишок товарів, надходження товарів, фондвіддіча

Продовження табл.1.4

1	2	3	4
Абрютіна М.С. [4]	Логічна, об'єктивна оцінка інформації про виконання бізнес-плану роздрібно-товарообороту; визначення тенденцій розвитку товарообороту, виявлення та економічна оцінка впливу факторів на зміну обсягу товарообороту, прогнозний розрахунок резервів зростання продажу товарів, розробка варіантів рішень щодо мобілізації виявлених резервів.	- Визначення ритмічності та рівномірності реалізації товарів; - динаміка товарообороту; - визначення середнього значення відповідних показників по галузі (регіону), - порівняння показників з підприємствами-конкурентами.	Коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт варіації, темп зміни товарообороту, темп приросту/спаду, абсолютне відхилення, абсолютне значення 1% приросту, коефіцієнт сезонності.
Височин І.В. [9]	Визначення обсягів товарообороту, оцінка ступеню ритмічності, економічна оцінка впливу факторів на зміну обсягу роздрібно-товарообороту.	- Визначення обсягів товарообороту підприємства роздрібно-торгівлі за звітний період; - оцінка ступеню, ритмічності і рівномірності виконання плану товарообороту; - аналіз динаміки загального обсягу товарообороту; - аналіз товарної структури товарообороту; - аналіз рівномірності реалізації окремих видів товарів; - аналіз сезонності реалізації окремих видів товарів; - ранжування асортиментного портфелю; - аналіз суми і структури чеків; - аналіз складу товарообороту; - порівняльний аналіз товарообороту; - оцінка ефективності використання ресурсів підприємства та окремих торговельно-технологічних операцій із застосуванням показника товарообороту; - оцінка факторів, які впливають на обсяги та структуру товарообороту - оцінка економічних меж.	Абсолютне, відносне відхилення, темп приросту, абсолютне значення 1% приросту, коефіцієнт варіації, коефіцієнт рівномірності.

В цілому, аналіз обсягу і структури товарообігу підприємства передбачає проведення аналітичної роботи, рис.1.6:

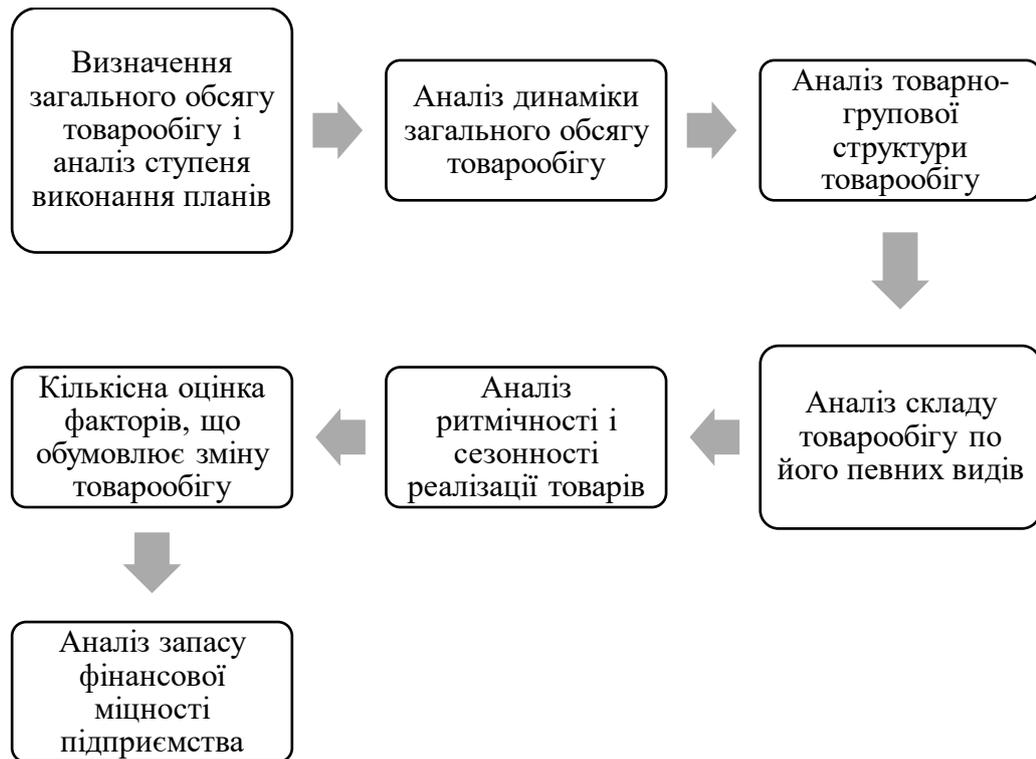


Рисунок 1.6 – Послідовність і етапи аналізу товарообігу підприємства [126 с.182]

1 етап - визначення загального обсягу товарообігу підприємства за звітний період і оцінка ступеня виконання плану товарообігу.

На цьому етапі аналізу визначають загальний обсяг реалізації товару і платних послуг у вартісному розмірі, а по деяких товарних групах і видам товарів - так само в натуральному розмірі.

2 етап - аналіз динаміки загального товарообігу протягом певного аналітичного періоду (поквартально, протягом року або за 2-3 роки).

Для дослідження динамічних змін в обсязі товарообігу підприємства будується порівняльний динамічний ряд товарообігу. Приведення фактичного товарообігу в порівняльний вид здійснюють по площі торгової мережі підприємства, тривалості його роботи, а так само за цінами реалізації товарів.

Коригування фактичного товарообігу в зв'язку з введенням (вибуттям) торгової мережі і змінами в графіку реалізації товарів здійснюється методом прямого розрахунку.

Визначення обсягу товарообігу, співставного з цінами реалізації Тс.ц., проводиться за наступними формулами [51,с.59] (1.2):

$$T_{c.c.} = \frac{T_{fi}}{I_{ci}}, \quad (1.2)$$

де, T_{fi} - фактичний товарообіг за i -тий період;

I_{ci} - середній індекс зміни цін реалізації товарів за i -тий період у порівнянні з базовим.

Середній індекс зміни цін розраховується безпосередньо підприємством з урахуванням структури товарообігу та інформації про зміну цін реалізації на певні товари. Використання для коригування індексу інфляції за відповідний період є некоректним у зв'язку з відмінностями в структурі товарообігу визначеного торгового підприємства.

На базі побудованого динамічного ряду порівнянного товарообігу обчислюються абсолютні зміни в обсязі реалізації товарів, а так само темпи зростання і приросту що стосується попереднього і базового періоду.

Також товарообіг можна розрахувати поквартально, за формулою (1.3):

$$P_i = P \times ПВ, \quad (13)$$

де P - обсяг річної реалізації;

$ПВ$ - питома вага i -го кварталу, в%,

3 етап - аналіз товарно-групової структури товарообігу торгового підприємства за звітний період і в динаміці, визначення закономірностей розвитку обсягу продажу за окремими товарними групами (видами і різновидами товарів).

Вивчення асортиментної структури товарообігу дозволяє виробляти ранжування товарних груп за ступенем їх значимості (вкладу) в загальний товарообіг підприємства, а також кількісно оцінювати позитивний або негативний вплив динаміки реалізації окремих видів товарів на загальний обсяг товарообігу підприємства і подальші можливості його збільшення.

4 етап - аналіз складу товарообігу підприємства в залежності від положення кінцевих споживачів, форм і термінів розрахунків, характеру реалізованих товарів, організаційних форм і методів торгівлі.

Для проведення дослідження розраховують і зіставляють між собою обсяги реалізації товарів за окремими видами товарообігу, темпам їх росту і приросту, досліджують зміна їх ваги в загальному обсязі товарообігу.

5 етап - аналіз обсягів реалізації товарів поквартально і помісячно, дослідження ритмічності роботи і сезонності реалізації товарів і визначення факторів, що їх обумовлюють.

6 етапом - аналізу по-різному оптового товарообігу є вивчення факторів, які мали вплив у звітному періоді на його обсяг і структуру. З цією метою дається кількісна оцінка впливу факторів внутрішнього порядку (чинників, пов'язаних з товарними ресурсами; з чисельністю працівників, організацією і продуктивністю роботи; з використанням основних способів) досліджується характер впливу факторів зовнішнього середовища (попит споживачів на товари, пропозиція товарів на ринки, ціни на товари, діяльність конкурентів на споживчому ринку, рівень життя і реальні грошові доходи населення, які обслуговуються, соціально-демографічні чинники та ін.) [38,с.211]

Кількісна оцінка впливу окремих факторів проводиться методом ланцюгових підстановок і індексним методом на базі моделей зв'язку факторів і обсягу товарообігу підприємства.

7 етап - дослідження запасу фінансової міцності підприємства, в ході якого визначається можливе падіння товарообігу (в абсолютному і відносному вимірі) до досягнення критичної таблиці «точки беззбитковості діяльності».

План надходження товарів розраховується за формулою (1.4):

$$H = P + Z_k - Z_p, \quad (1.4)$$

P – план реалізації товарів, грн

Z_k – норматив запасів на кінець планового періоду, грн

Z_p – очікувані запаси на початок планового періоду, грн

Чим більше значення мають поріг безпеки і запас фінансової міцності підприємства, тим краще здійснюється процес управління обсягом, складом, динамікою, швидкістю і структурою товарообігу з точки зору забезпечення умов для його самоокупності та самофінансування.

При аналізі динаміки товарообігу необхідно визначити і вивчити середньорічний темп його зростання. Середньорічний темп збільшення товарообігу та інших показників господарської діяльності може бути обчислений за допомогою логарифмів за формулою середньої геометричної (1.5):

$$T_{сер} = \sqrt{\frac{T_{ф}}{T_{б}}} * 100\%, \quad (1.5)$$

$T_{ф}$ - фактичний товарообіг;

$T_{б}$ - базовий товарообіг;

Великий вплив на розвиток товарообігу стан і використання матеріально-технічної бази. Під матеріально-технічною базою, перш за все, мають на увазі основні засоби (фонди). Вони підрозділяються на власні, орендовані та безоплатно надані. У процесі аналізу основні засоби повинні вивчатися комплексно, незалежно від їх приналежності. По виконуваних функцій вони поділяються на активні і пасивні. До активних відносять машини, обладнання, прилади і т.п. основні засоби, безпосередньо-торговому процесі підприємств. Пасивні основні засоби включають будівлі, споруди, передавальні пристрої і транспортні засоби, що забезпечують нормальне функціонування активних основних засобів.

Коефіцієнти оновлення, вибуття і приросту основних засобів слід вивчати взаємопов'язано по всіх основних засобах і окремо - по основних виробничих фондів, а всередині їх - за окремими видами, що дозволяє глибше оцінити відтворення матеріально-технічної бази.

Отже, можна зробити висновок, що на товарообіг підприємства впливають не лише індивідуальні показники товарообороту, але і фінансова діяльність підприємства в цілому.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО»

2.1. Аналіз стану та перспектив розвитку пивного ринку в Україні

Пивний ринок України останнє десятиліття демонстрував і активний розвиток, і стабілізацію в результаті своєї насиченості, і тенденції до спаду в результаті погіршення економічної та політичної ситуації в країні на фоні світових кризових явищ. У розрізі зазначеної проблеми постає необхідність у ретельному і регулярному виявленні причин і максимальному нівелюванні зовнішніх негативних факторів, які спричиняють таку ситуацію, або ж у максимальній адаптації до цих змін. Для виробників пивної індустрії аналіз ринку є одним з основних інструментів для ефективного планування господарської діяльності.

Пиво-безалкогольна галузь є досить потужним складником харчової промисловості України. Вона є однією з найбільш рентабельних галузей в національному господарстві України і представлена виробництвом пива, безалкогольної продукції та мінеральної води. Аналіз безпосередньо пивного ринку України за останнє десятиліття показує тенденцію як до незначного зростання та стабільності, так і, в подальшому, до різкого та значного спаду. Динаміка показників галузі відображена на рис.2.1.

Згідно рис.2.1, спостерігається динаміка скорочення обсягів виробництва пива за останні 10 років майже вдвічі. Від так у 2010 р. показник становив 320,8 млн.дал на рік, а у 2019 р. 176,5 млн.дал та очікується за прогностичним значенням скорочення ще на 6,13% до 165 млн.дал. Для виявлення причин такого стану проаналізуємо більше детально структуру пивного ринку.



Рисунок 2.1 — Динаміка виробництва пива в Україні, за 2010-2020*рр [40]
*2020 р. – значення прогнозоване

Підприємства-виробники реалізують пивну продукцію через дистриб'юторські компанії, які в свою чергу працюють через національні та локальні мережі, лінійний роздріб - це фасована продукція. Продукція в кег-тарі реалізується через кафе, бари та ресторани, а також продається в гіпермаркетах, мінімаркетах, павільйонах, кіосках, лотках і т. і.

До особливостей стану розвитку галузі виробництва, відноситься перенасичення ринку виробниками та товарами. Лідери ринку втрачають свої позиції, а локальні виробники навпаки - нарощують виробництво. Конкуренція з боку таких потужних товаровиробників, як «САН ІнБев Україна», «Carlsberg Ukraine», «Оболонь» стимулює до роботи в нових сегментах ринку, а також до впровадження інноваційних технологій у процес виробництва та виготовлення нових продуктів, рис.2.2.

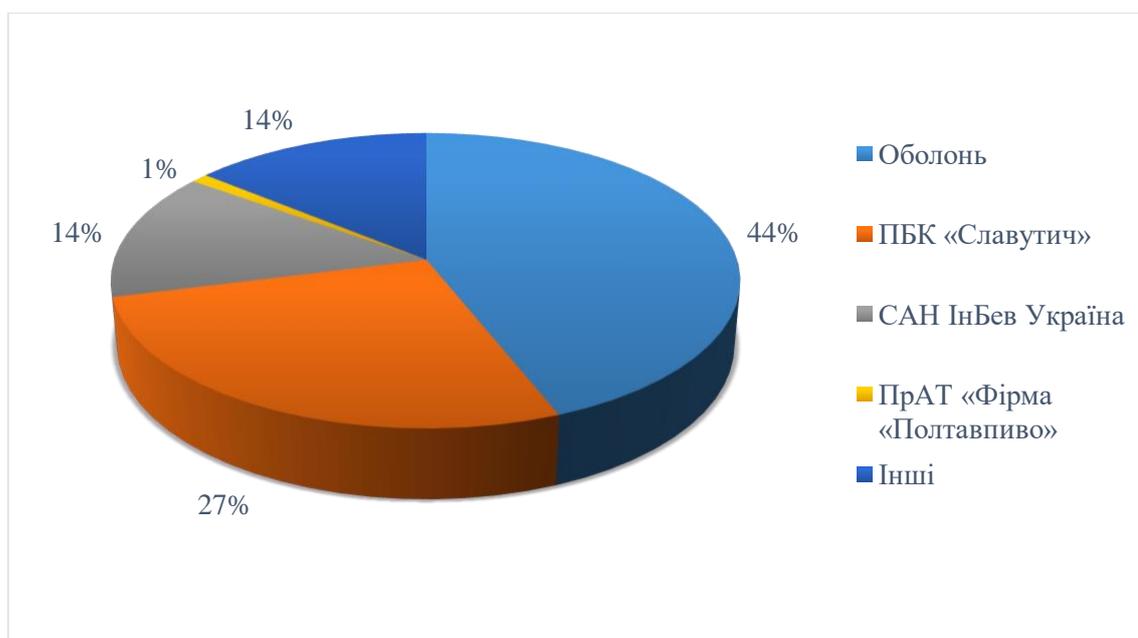


Рисунок 2.2 — Структура внутрішнього ринку виробників пива в Україні в 2019 р. [40]

У 2019 р. серед виробників лідирує Оболонь. На другому місці ПБК «Славутич» (належить Carlsberg Ukraine) з часткою в 27%. Це менше на 11%, в порівнянні з минулим 2018 р. На третьому місці з часткою в 14% САН ІнБев Україна. Місце ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» - менше 1% у загальній структурі виробництва.

Одним із показників ефективності стану ринку є дослідження експорту продукції. Від так, експорт українського пива в Росію де факто припинився восени 2014 роки (вона була споживачем №1). Два інші імпортери, Молдова і Білорусь, скоротили кількість закупівель. До кінця 2019 року українські пивовари констатували падіння експорту в 2 рази в порівнянні з 2018 роком. Про те, за даними Державної статистики, спостерігається зростання попиту на український продукт в Польщі (частка від всього експорту пива у 2019 році становить 14%). Загальна структура експорту у 2019 р. відображена на рис.2.3.

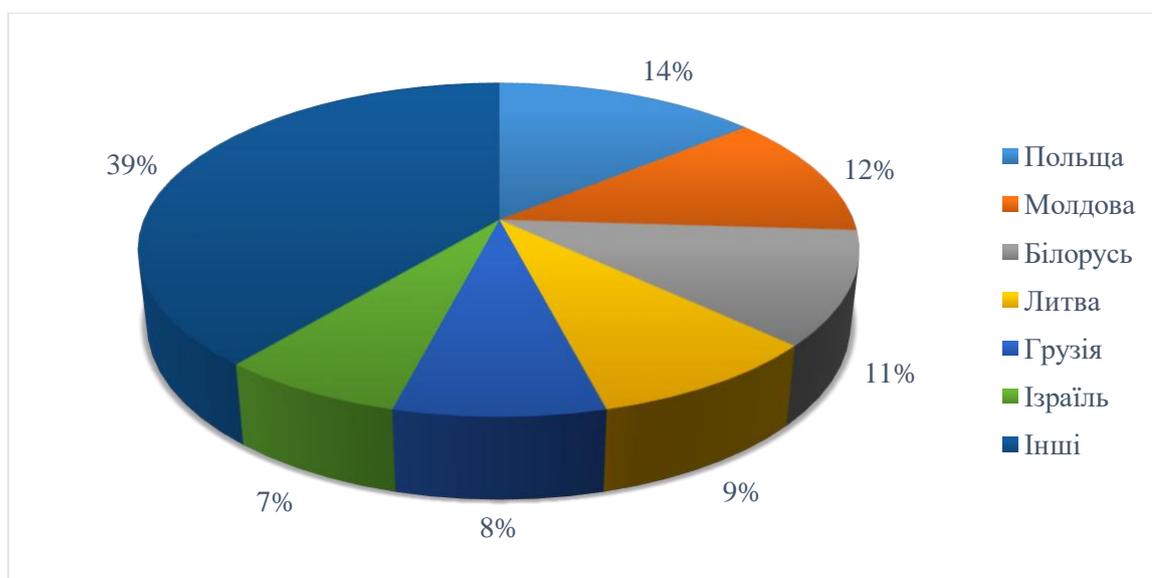


Рисунок 2.3 — Географічна структура експорту пива у 2019 р. [40]

Отже, найбільшу частку споживачів українського пива становлять 6 країн – Польща (14%), Молдова (12%), Білорусь (11%). Така тенденція спричинена вигідними умовами співпраці, пільги на митне обслуговування в даних країнах та наявність підписаних угод про співпрацю між країнами.

Структура імпорту пива відображено на рис.2.4.

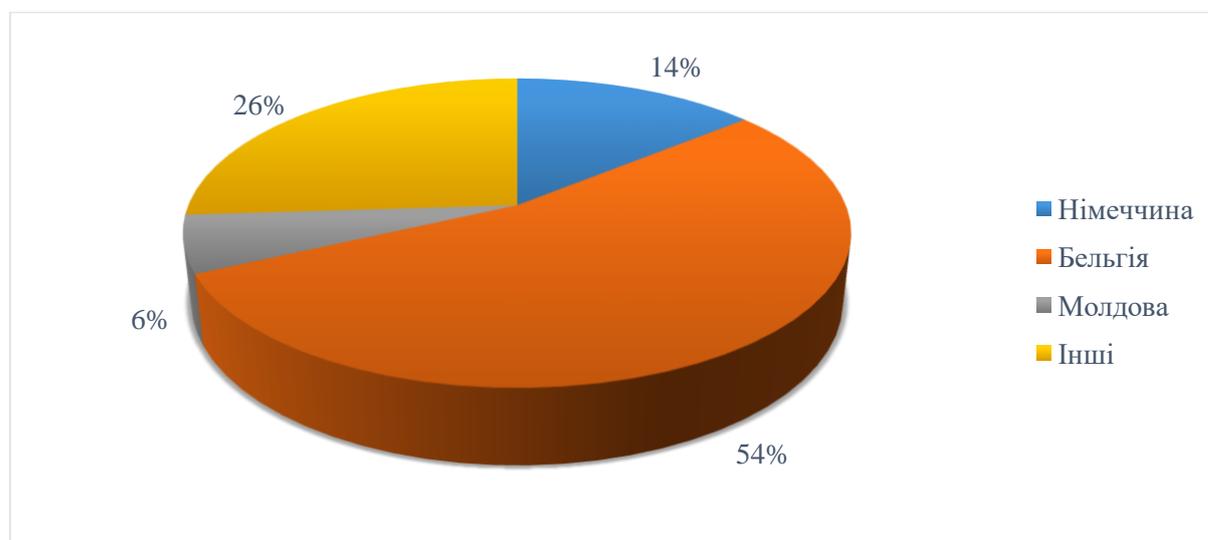


Рисунок 2.4 — Географічна структура імпорту пива у 2019 р. [40]

Згідно рис.2.4, найбільша кількість імпортного пива приїхало в Україну з Бельгії. Її частка в 2019 р. становить 54%. Це велике зростання, в 2018 цифра була

набагато нижче 21%. На другому місці Німеччина з часткою в 14%. Трійку лідерів замикає Молдова зі скромними 6% (в 2018 її частка становила 23%).

Дослідження сегменту ринку відображено у працях [43, с.113]. Згідно результатам, в Україні пиво вживає переважна більшість населення. Це продукт номер один по споживанню серед всіх алкогольних напоїв, на частку якого припадає 46,1%. З 100% споживачів близько 60% становлять чоловіки і близько 40% - жінки. Жінки віддають перевагу пивному сидру або вибирають пиво з солодкими добавками (пивні напої).

Вік споживачів - від 18 до 65 років. Неповнолітні теж п'ють пиво, але цей відсоток незначний (до уваги береться в офіційній статистиці) і є тенденція до його зниження. Найбільша кількість любителів пива серед українців у віці від 18 до 30 років - близько 50% споживачів. Далі слід категорія від 35 до 45. Потім категорія № 3 - 45-60 років. Більше половини споживачів пива мають вищу освіту і постійну роботу [47,с.18].

Ситуація зі споживанням пива залежить від сезону і погоди. Домашнє використання на першому місці. Влітку відсоток розпивання пива на вулиці, в закладах з літніми терасами або на природі.

Закон вступив в чинності 1 липня 2015 року. Зараз виробники пива працюють практично нарівні з виробниками міцного алкоголю. Основні зміни торкнулися правил реклами пива і ліцензій. Ліцензія на торговельну точку терміном на один рік зараз коштує 8000 гривень. Також потрібні оптові ліцензії. Вартість такого дозволу для міні-пивоварні - 500 000 грн. Це призвело до закриття багатьох малих підприємств, оскільки їх існування стало збитковим. Закон викликав фурор, розроблені законопроекти, що компенсують негативний вплив на бізнес

Заборона реклами завдав великої шкоди телебаченню. Рекламувати пиво по радіо і в Інтернеті реально, а по телебаченню пиво може тільки спонсорувати програми та лише у вечірній час.

Експерти сходяться на думці, що закон вкрай необдумано і обмежує права виробників. У своїй роботі [49,с.87] дослідники порівняли законодавство для пивоварів в різних країнах Європи. Їх висновки дуже показові: українські інновації -

найжорстокіші (в порівнянні з законодавством Бельгії, Німеччини, Польщі, Литви, Латвії, Естонії). В результаті такі заборони завдали збитки як вітчизняним виробникам, так і імпортерам.

Отже, підсумовуючи дослідження, можна зробити висновок, що аналіз ринку пива в Україні виявив тенденції на макро- і мікрорівні, які вплинули на стан компаній галузі, і дозволив визначити основні напрямки розвитку пивоварних заводів в сучасних умовах.

Макросередовище включає економічні (криза, фіскальна політика, експортні війни), політичні (політична нестабільність, непередумані законодавчі ініціативи, муніципальні нормативні рішення), природні (використання іноземної сировини), культурні (підвищення культури споживання пива).

Серед факторів мікросередовища слід враховувати конкурентів (конкуренція з виробниками міцного алкоголю, наявність олігополії на ринку пива, використання крафтового пивоваріння) і споживачів (поляризація споживчих переваг і переорієнтація на сучасне покоління).

Отже, в останні роки в Україні, як і в світі, зменшилася частка великих гравців на ринку пива і збільшився обсяг крафтових виробників. Ця технологія дозволяє швидко визначати і задовольняти потреби споживачів. Основними тенденціями зміни споживчих потреб є поляризація споживчих переваг з виділенням продуктів з преміального і економічного сегментів в портфель, а також переорієнтація на якісні брендові продукти, що відповідають принципам здорового способу життя та екологічності.

2.2. Організаційно-правові основи функціонування підприємства ПАТ «Фірма «Полтавпиво»

Обрання суб'єктом дослідження у бакалаврській кваліфікаційній роботі для дослідження та вдосконалення товарообігу обрано ПАТ «Фірма «Полтавпиво», як вагомому представнику пивоварного виробництва, є не випадковим. Згідно

проведеного аналізу, дана галузь має динамічні характеристики розвитку і стійкий попит на продукцію.

Останні роки готова продукція пивоварних виробництв України споживається не тільки в державі, а і за її межами. У харчовій продукції пивоварне виробництво вважається сезонним, тобто попит на пиво і його виробництво залежить від пори року. Найбільше споживання пива відбувається влітку й певні сплески – у свята. Традиційно пивний сезон починається з квітня і триває до вересня-жовтня, а найбільший пік споживання припадає на травень-липень. У цей період продається майже 60% річного обсягу виробництва пива. Впливає на попит і коливання температури навколишнього середовища. На сьогодні на вітчизняному ринку пива працює понад 50 пивоварних підприємств, зокрема і ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Приватне акціонерне товариство «Фірма «Полтавпиво» (далі ПрАТ «Фірма «Полтавпиво») зареєстровано 20 січня 1992 р. за адресою Полтавська обл., місто Полтава, Шевченківський район, вул. Європейська, будинок 160. Про те свою діяльність підприємство почало здійснювати ще за часів Радянського Союзу, оскільки був частиною Полтавського об'єднання «Укрхарчопрома».

До середини 80-х років підприємство спеціалізувалося тільки на випуску пляшкового і розливного пива. У 1985 році був побудований цех з розливу безалкогольних газованих напоїв. Його виробнича лінія могла випускати до 470 тис. декалітрів продукції. У 1990-ті роки на гребені відчуження великих підприємств від держави, завод був приватизований у формі закритого акціонерного товариства. Зараз форма власності - приватне акціонерне товариство [28].

Історія сучасного заводу починається з 2001 року, коли було розпочато оновлення виробничих потужностей заводу. На сьогоднішній день «Полтавпиво» - це сучасне підприємство, де встановлено і працює високотехнологічне обладнання:

- 1) варниця виробництва фірми «Хуппман» з автоматизованим управлінням;
- 2) 24 циліндро-конічних танків для бродіння та доброджування пива;
- 3) кізельгурова фільтрація «Фільтрокс»;
- 4) три лінії розливу пива (в ПЕТ-пакувальну пляшку ємністю 0,5 л і КЕГ-тару).

У 2008 році, в рамках процесу виходу «СКМ» з пивного бізнесу, підприємство продане російській компанії «Сармат-Юг» (Ростов-на-Дону). На момент продажу виробничі потужності пивзаводу склали 6 млн.дал. на рік.

3 листопада 2011 року, після купівлі «Полтавпиво» Ставропольською броварнею, на ПАТ «Фірма» Полтавпиво» відбувається повна реорганізація структур підприємства, модернізація виробництва, просування та впровадження нових методик і стратегій розвитку підприємства в цілому.

У 2012 році основні стратегії товарної політики підприємства направлені на оптимізацію асортиментної матриці, об'єднання всіх сортів під одним фокус-брендом «Полтава», рестайлінг лінійки «Полтава», випуск безалкогольних напоїв, нова фірмова пляшка.

Щорічно підприємство оновлює асортимент продукції. На сьогоднішній день пропонує екологічно чисте пиво 7 найменувань та 10 видів безалкогольних напоїв. Кожний з них має свій особливий смак і аромат, табл.2.1.

Таблиця 2.1 — Асортимент продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» [28]

Асортиментна позиція	Характеристика	Тара
Пиво		
«Ай-Нікола»	Густина 15 %. Алк.об. 8,0 %.	пляшка 0,5л, 1.5л.
«Гелон»	Густина 12 %. Алк.об. 4,6 %.	пляшка 0,5л, 1л.
«Диканські Вечори»	Густина 14 %. Алк.об. 5,0 %	пляшка 0,5л, 1.5л.
«Жигулівське»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,4 %.	пляшка 0,5л, 1.5л.
«Нефільтроване солодове»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,7 %.	пляшка 0,5л, 1л.
«Полтавське Класичне»	Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,6 %.	пляшка 0,5л, 1л.
«Полтавське Світле»		
· «Полтавське Міцне		
«Фірмове»	Густина 15 %. Алк.об. 8,0 %.	пляшка 0,5л, 1л, 2л.
«Старий млин»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,4 %.	
«Старий млин»	Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,6 %.	
«Ризьке» (Rigas)	Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,6 %.	пляшка 0,5л, 1.5л.

Продовження табл.2.1

«Ячмінний колос»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,4 %	пляшка 0,5л, 1.5л.
«Мгарське»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,4 %	пляшка 0,5л, , 1.5л, 3л.
«Мюнхенське»	Густина 11,5 %. Алк.об.: не менше 4,7 %	пляшка 0,5л.
«Слов'янське»		0,5л, 3л.
«Антон Грубі»	-- Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,6 %.	пляшка 0,5л, 1.5л
«Бочкове»	Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,6 %.	пляшка 0,5л.
«2012»	Густина 11 %. Алк.об.: не менше 4,4 %.	0,5л, 1.5л.
«Губернське золото»	Густина 12 %. Алк.об.: не менше 4,4 %.	пляшка 0,5л.
Безалкогольні напої		
«Квас Губернський».	Квас живого бродіння	пляшка 0,5л.
«Мохіто».	Безалкогольний сильногазований напій	
«Тьотя Груша»		
«Лимонадний Джо».		

Отже, згідно табл.2.1, асортимент продукції складають товари, що є близькими але незалежними один від одного. Їх можна пропонувати як окремо, так і у наборі, за цінами нижчими, ніж в окремому продажі.

До якості пива виробнича лабораторія пред'являє найвищі вимоги під контролем експертів. Доказом цьому є те, що вся продукція була неодноразово нагороджена на національних і міжнародних конкурсах, що проходили в Києві, Москві, Парижі, Мадриді.

На сьогодні це успішне підприємство продукція якого користується попитом та нагороджена багатьма золотими медалями на професійних конкурсах в Україні та закордоном, адже в основі рецептури пива лежить природний спосіб бродіння, використання якісних та натуральних інгредієнтів.

Метою діяльності товариства є одержання прибутку на основі здійснення виробничої, комерційної, посередницької та іншої діяльності в порядку та за умов, визначених чинним законодавством та статутом підприємства

Основним предметом діяльності підприємства є виробництво, розлив, реалізація, науково-дослідна розробка пива, солоду, хлібного квасу, пивних дріжджів, фруктових напоїв, газованої води, безалкогольних напоїв. Разом з цим підприємство

здійснює створення і розвиток власної збутової мережі з використанням різних форм та видів торгівлі, організація мережі спеціалізованих підприємств, торгових домів та фірмової торгівлі.

Найбільш визначальним та суттєвим рішенням при стратегічному плануванні є вибір цілей діяльності підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», на основі досліджень [28] відобразимо в табл. 2.2. дерево цілей підприємства.

Таблиця 2.2 - Дерево цілей підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» [28]

Головні цілі	Цілі 1-ого рівня	Цілі 2-ого рівня
Вища ціль – стабілізувати фінансовий стан та сприяти конкурентоспроможності продукції		
Стратегічні	Підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку	
	Збільшення частки внутрішнього ринку	
Фінансові	Забезпечення фінансової рівноваги оптимізацією розподілу прибутків, структури капіталу, складу витрат, інвестиційної політики, управління активами, рентабельністю, податкової політики	
	Забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності на основі оптимізації управління оборотними активами, підвищення рівня їхньої ліквідності, скорочення необґрунтованого розміру короткострокових фінансових зобов'язань	
Виробничі	Підвищення обсягу та якості виробництва	
	Зниження витрат на виробництво продукції	
	Інноваційний вклад та новий асортимент продукції	
Соціальні	Досягнення оптимального рівня чисельності працівників	Розробка ефективної системи мотивації та оплати праці персоналу
		Розробка ефективної системи добору, відбору та навчання персоналу
	Підвищення продуктивності праці	Розробка ефективної системи мотивації та оплати праці персоналу
		Вдосконалення існуючої системи охорони праці персоналу
Організаційні	Зміни у структурі підприємств з урахуванням вимог зовнішніх ринків	
	Підвищення стратегічного рівня підприємства	
Економічні	Збільшення річного Приросту прибутку	Оптимізація структури капіталу
		Розробка ефективної системи фінансового планування
	Збільшення рівня рентабельності	Оптимізація структури капіталу
		Розробка ефективної системи фінансового планування
Матеріально-технічні	Збільшення рівня готовності обладнання	Збільшення виробничого потенціалу
		Розробка ефективної системи відбору постачальників
	Підвищення рівня якості виробництва	Розробка ефективної системи відбору постачальників

Отже, вища ціль повинна забезпечити реалізацію послідуєчих, за рахунок підтримки або покращення фінансового стану підприємства. В результаті, за рахунок збільшення обігових коштів можна проводити зміни в виробничій діяльності.

Наведені в табл.2.2 цілі, формують необхідність реалізації наступних стратегій в діяльності підприємства, табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Стратегії діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» [28]

Сегмент	Характеристика	Стратегія
Виробництво	Забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, високої якості проведення подальшого вдосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці	Стратегія підвищення якості продукції. Стратегія диференціації. Стратегія розвитку інновацій
Маркетинг	Подальше вдосконалення та посилення маркетингової політики, збільшення потужності маркетингової збутової політики, розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту; вихід на нові сегменти ринку	Стратегія розширення ринків збуту Стратегія інтеграції. Комунікаційна стратегія
Фінанси	Дотримання курсу стабільності основних фінансових показників і поступове збільшення прибутку і рентабельності	Стратегія стабілізації. Стратегія підвищення прибутку
Кадри	Забезпечення збереження раціонально підбраного та розставленого персоналу, випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати, налагодження системи стимулювання праці	Кадрова стратегія. Стратегія нарощення інтелектуального і потенціалу
Організаційна культура	Провести роботу щодо створення та застосування норм організаційної поведінки; підвищити готовність колективу до змін; переконати трудовий колектив працювати як єдина команда, що має спільні цілі, досягнення яких приведе до задоволення потреб	Стратегія корпоративної єдності

Виходячи з табл. 2.3, можна сказати, що в цілому становище підприємства у сучасних умовах стабільне. Необхідним є впровадження нового обладнання та нових технологій виробництва для більш продуктивної діяльності та конкурентоспроможності на ринку пива та безалкогольної продукції.

Слід визначити, що на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», відповідно до визначеної стратегії, формуються наступні плани:

- стратегічний план (на 2-5 років), в якому відображено конкретизацію стратегічних цілей та стратегій розвитку підприємства;

- тактичний план (на 1 рік) відображає завдання тактичної політики. Він містить у собі основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства;

- оперативний план (до 3-х місяців - 1 кварталу) забезпечує цілеспрямовану реалізацію конкретних тактичних завдань.

Отже, виробнича стратегія ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» включає []:

– Управління якістю: проведення зовнішнього аудиту інтегрованої системи якості підприємства.

– Технології: впровадження системи Re Con із рекуперації (повернення) енергії під час газифікації скрапленої вуглекислоти; установка адіабатичних панелей для попереднього охолодження повітря перед холодильною установкою у цеху № 8 пивоварні ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Стратегія у сфері маркетингу передбачає реалізацію таких заходів:

а) розширення співпраці компанії з українськими представництвами у Польщі, Ізраїлі, Грузії в частині популяризації української культури та успішних практик корпорації ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»;

б) розробка окремої антикорупційної політики, комунікація програми «Споживай відповідально» у рамках екскурсійних програм на пивоварню «Оболонь». У рамках маркетингової стратегії передбачається налагодження співпраці зі стейкхолдерами в таких напрямках: проведення фестивалю пива;

в) підсилення комунікації програми;

г) вдосконалення механізму подання скарг заінтересованих сторін через гарячу лінію ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»;

д) розробка пілотної політики співпраці з постачальниками.

Стратегія управління персоналом на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» забезпечується: реалізацією програми тренінгів для персоналу «Досягай навчаючись» із залученням внутрішніх фахівців керівного складу компанії; пілотним упровадженням проекту «Обмін досвідом» між фахівцями різних відділів.

Складові частини функціональних субстратегій ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є менш конкретизовані. Підприємство на своєму офіційному сайті та в річних звітах

надає лише загальну інформацію без стратегічних планів та заходів щодо реалізації тієї чи іншої субстратегії.

Підсумовуючи дослідження ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» можна зробити висновок, що підприємство приділяє достатню увагу стратегічному та оперативному плануванню, а також постановці та досягненню цілей.

Організаційна структура управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» наведена в Додатку А.

Управління ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та контроль за його діяльністю здійснюють його органи і посадові особи, перелік та обсяг повноважень яких встановлені статутом та внутрішніми документами.

Органами управління та контролю у товаристві є:

- загальні збори акціонерів, як вищий орган управління;
- наглядова рада, як наглядовий орган товариства;
- генеральний директор, як виконавчий орган товариства, який підзвітний загальним зборам акціонерів і наглядовій раді та організує виконання їх рішень;
- ревізійна комісія.

Компанію очолює Генеральний директор, якому підпорядковуються:

- Помічник генерального директора з технічного розвитку та загальним питанням;
- Заступник генерального директора з якості і виробництва;
- Заступник генерального директора;
- Енерго-механічна служба Головний інженер (головний механік, ремонтно-механічний цех, холодильно-компресорний цех, головний енергетик, провідний інженер, паросиловий цех, електроцех, дільниця АСУТПіВ, ремонтнобудівельний цех);
- Відділ по загальним питанням (транспортна дільниця, складське господарство, оздоровчий пункт, господарська дільниця, відділ МТЗ, склад ТМЦ);
- Виробнича лабораторія;
- Служба наладки обладнання;

- Служба виробництва: Головний технолог (змінні технологи, варочний цех, бродильно-лагерний цех, цех розливу, дільниця з виробництва б/а напоїв та квасу);
- Канцелярія; Служба управління персоналом; Відділ безпеки; Начальник штаба ГО; Провідний інженер з ОП;
- Відділ інформаційних технологій;
- Директор з продажу;
- Відділ маркетингу;
- Відділ продажів;
- Відділ логістики;
- Бухгалтерія;
- Планово-економічний відділ;
- Юридичний відділ.

Дочірні підприємства, філії, представництва та інші відокремлені структурні підрозділи відсутні.

Характеристика організаційної структури ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Характеристика організаційної структури ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Переваги існуючої організаційної структури	Недоліки існуючої організаційної структури
<p>поєднує переваги лінійних та функціональних структур; забезпечує відносно швидке здійснення управлінських рішень завдяки своїй ієрархічності; спеціалізація функціональних керівників; ефективна для масового виробництва зі стабільним асортиментом продукції при незначних (еволюційних) змінах технології виробництва.</p>	<p>складність регулювання відносин лінійних і функціональних керівників; в умовах реорганізації збільшується потік інформації, який спричиняє перевантаження керівників; така структура чинить опір здійсненню змін в організації; застосовується при вирішенні задач, які постійно повторюються, забезпечуючи максимальну стабільність організації.</p>

Отже, в основу організаційної структури ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» покладено принцип розподілення повноважень і відповідальності за функціями та прийнятті рішень по вертикалі. Лінійно-функціональна структура дозволяє організувати управління за лінійною схемою, а функціональні підрозділи

допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій. Функціональні керівники мають право безпосередньо впливати на виконавців.

2.3. Аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Для оцінки діяльності підприємства та перспектив її покращення, необхідно провести дослідження господарської діяльності. Його сутність полягає у розрахунку показників, що відображають стан підприємства і включають числові відомості про капітал підприємства, економічні та фінансові результати його діяльності, ефективність використання ресурсів та рентабельність підприємства. Для цього використаємо дані фінансового, статистичного та оперативного обліку підприємства за 2017-2019 рр.: форма №1 – «Баланс» (Звіт про фінансовий стан); форма №2 – «Звіт про фінансові результати» (звіт про сукупний дохід) (додатки Б, В). Розрахунок узагальнимо в табл. 2.5.

Загальний стан активів має тенденцію до збільшення у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 8,57% (+32834 тис.грн), про те в порівнянні з 2018 р. темп зміни скоротився до +5,07% (+20059 тис.грн). Збільшення активів відбулось за рахунок збільшення оборотних активів у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 27,11% (+61408 тис.грн) та на 17,57% (+43031 тис.грн). А також скорочення зобов'язань на 23,91% (-10815 тис.грн) та у 2018 р. 3,2% (-1138 тис.грн). Дана тенденція відображена на рис.2.5.

Таблиця 2.5 — Техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

№	Показники	2017	2018	2019	Відхилення				
					2019 до 2017		2019 до 2018		
					Абсолютне	Темп приросту	Абсолютне	Темп приросту	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
I.	Активи (на кінець року), тис. грн.								
1.	Активи - всього	383 051	395 826	415 885	32834,00	8,57	20059,00	5,07	
1.1	Необоротні активи	156578	150976	128004	-28574,00	-18,25	-22972,00	-15,22	
1.1.1	Нематеріальні активи	858	674	546	-312,00	-36,36	-128,00	-18,99	
1.1.2	Незавершене будівництво незавершені капітальні інвестиції	0	0	0	0,00	0	0,00	0	
1.1.3	Основні засоби	153 853	148 094	125 186	-28667,00	-18,63	-22908,00	-15,47	
1.1.4	Біологічні активи	0	0	0	0,00	0	0,00	0	
1.1.5	Фінансові інвестиції	0	0	0	0,00	0	0,00	0	
1.1.6	Інші необоротні активи	100	72	49	-51,00	-51,00	-23,00	-31,94	
1.2	Оборотні активи	226 473	244 850	287 881	61408,00	27,11	43031,00	17,57	
1.2.1	Запаси	79229	115 206	84 257	5028,00	6,35	-30949,00	-26,86	
1.2.2	Дебіторська заборгованість	100706	144973	85961	-14745,00	-14,64	-59012,00	-40,71	
1.2.3	Грошові кошти та їх еквіваленти	46 538	43 314	117663	71125,00	152,83	74349,00	171,65	
1.2.4	Інші оборотні активи	0	0	0	0,00	0	0,00	0	
2.	Зобов'язання (на кінець року), тис. грн.								
2.	Зобов'язання - усього	45229	35552	34414	-10815,00	-23,91	-1138,00	-3,20	
2.1	Довгострокові зобов'язання	0	2384	1528	1528,00	0	-856,00	-35,91	
2.2	Поточні зобов'язання	45229	33168	32886	-12343,00	-27,29	-282,00	-0,85	
2.2.1	Короткострокові кредити	0	692	789	789,00	0	97,00	14,02	
2.2.2	Кредиторська заборгованість за товари	33 868	23764	18984	-14884,00	-43,95	-4780,00	-20,11	

Продовження табл.2.4

2.2.3	Кредиторська заборгованість за розрахунками	9047	8712	10113	1066,00	11,78	1401,00	16,08
3.	Власний капітал (на кінець року), тис. грн.							
3.	Власний капітал – усього	337822	360274	381471	43649,00	12,92	21197,00	5,88
3.1	Заареєстрований (пайовий) капітал	31827	31827	31827	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2	Додатковий капітал	4817	4797	4779	-38,00	-0,79	-18,00	-0,38
3.3	Резервний капітал	8543	8543	8543	0,00	0,00	0,00	0,00
3.4	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	289902	312374	333589	43687,00	15,07	21215,00	6,79
4.	4. Ресурси підприємства, тис. грн							
4.1.	Середньорічна вартість основних засобів	282076	296400,5	307335,5	25259,50	8,95	10935,00	3,69
4.2.	Середня вартість нематеріальних активів	1036,5	1454	1813	776,50	74,92	359,00	24,69
4.3	Оборотні активи				0,00	0	0,00	0
4.3.1	усього на кінець року	226473	244850	287881	61408,00	27,11	43031,00	17,57
4.3.2	дебіторська заборгованість на кінець року	100706	86330	14161	-86545,00	-85,94	-72169,00	-83,60
4.3.3	середні залишки оборотних засобів	108737,5	93518	50245,5	-58492,00	-53,79	-43272,50	-46,27
4.4.	Середньооблікова чисельність, осіб							
4.4.1	середньооблікова чисельність прац., ос.	535	472	275	-260,00	-44,64	-197,00	-28,83
4.4.2	середньооблікова чисельність роб., ос	465	334	201	-264,00	-34,51	-133,00	-20,98
5	5. Економічні та фінансові результати, тис. грн.							
5.1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	661401	565951	502668	-158733,00	-24,00	-63283,00	-11,18
5.2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	749129	658781	579927	-169202,00	-22,59	-78854,00	-11,97
5.3	Обсяг виробництва продукції	749129	658781	579927	-169202,00	-22,59	-78854,00	-11,97
5.4	Собівартість реалізованої продукції	538909	454368	409777	-129132,00	-23,96	-44591,00	-9,81
5.5	Валовий прибуток (збиток)	122492	111583	92891	-29601,00	-24,17	-18692,00	-16,75

Продовження табл.2.4

5.6	Прибуток (збиток) від операційної діяльності	45745	25489	19858	-25887,00	-56,59	-5631,00	-22,09
5.7	Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	47142	27630	26407	-20735,00	-43,98	-1223,00	-4,43
5.8	Чистий прибуток (збиток)	38477	22472	21215	-17262,00	-44,86	-1257,00	-5,59
5.9	Фонд оплати праці усіх працівників	97748	95262	83185	-14563,00	-14,90	-12077,00	-12,68
6	6. Показники ефективності використання ресурсів							
6.1	Продуктивність праці одного працівника, тис. грн. / особа	710,07	755,48	729,47	19,39	2,73	-26,01	-3,44
6.2	Середньомісячна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	7,72	9,10	8,72	1,00	12,93	-0,38	-4,22
6.3	Коефіцієнт зносу основних засобів на кінець року	0,47	0,51	0,60	0,13	27,95	0,08	15,94
6.4	Фондоозброєність праці працівників, тис. грн./чол.	267,37	339,91	386,59	119,21	44,59	46,68	13,73
6.5	Коефіцієнт обіговості оборотних засобів, обороти	6,08	6,05	10,00	3,92	64,47	3,95	65,31
6.6	Середній період обороту оборотних засобів, дні	59,19	59,49	35,98	-23,20	-39,20	-23,50	-39,51
6.7	Коефіцієнт обіговості активів, грн./ грн.	1,75	1,45	1,24	-0,51	-29,34	-0,21	-14,77
6.8	Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості, обороти	8,01	7,41	6,62	-1,38	-17,27	-0,79	-10,65
6.9	Середній період обороту дебіторської заборгованості, дні	44,96	48,57	54,35	9,39	20,88	5,79	11,91
6.10	Коефіцієнт обіговості запасів, обороти	9,02	5,82	5,04	-3,98	-44,11	-0,78	-13,42
6.11	Середній період зберігання запасів, дні	39,92	61,84	71,43	31,51	78,92	9,59	15,50
6.12	Тривалість операційного циклу, дні	84,88	110,41	125,78	40,89	48,18	15,37	13,92
7	7. Показники рентабельності, %							
7.1	Рентабельність продажу	7,13	4,88	5,25	-1,87	-26,30	0,37	7,61
7.2	Рентабельність активів	12,49	7,09	6,51	-5,99	-47,92	-0,59	-8,29
7.3	Рентабельність власного капіталу	11,59	6,44	5,72	-5,87	-50,64	-0,72	-11,15



Рисунок 2.5 — Динаміка активів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017-2019 рр., тис.грн

Власний капітал має тенденцію до збільшення у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 12,92% (+43649 тис.грн) та в порівнянні з 2018 р. на 5,88% (+21197 тис.грн). Дане збільшення відбулось за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 15,07% (+43687 тис.грн), та в порівнянні з 2018 р. на 6,79% (+21215 тис.грн). Зареєстрований та резервний капітал незмінні протягом аналізованого періоду та становлять 31827 тис.грн та 8543 тис.грн, рис.2.6.

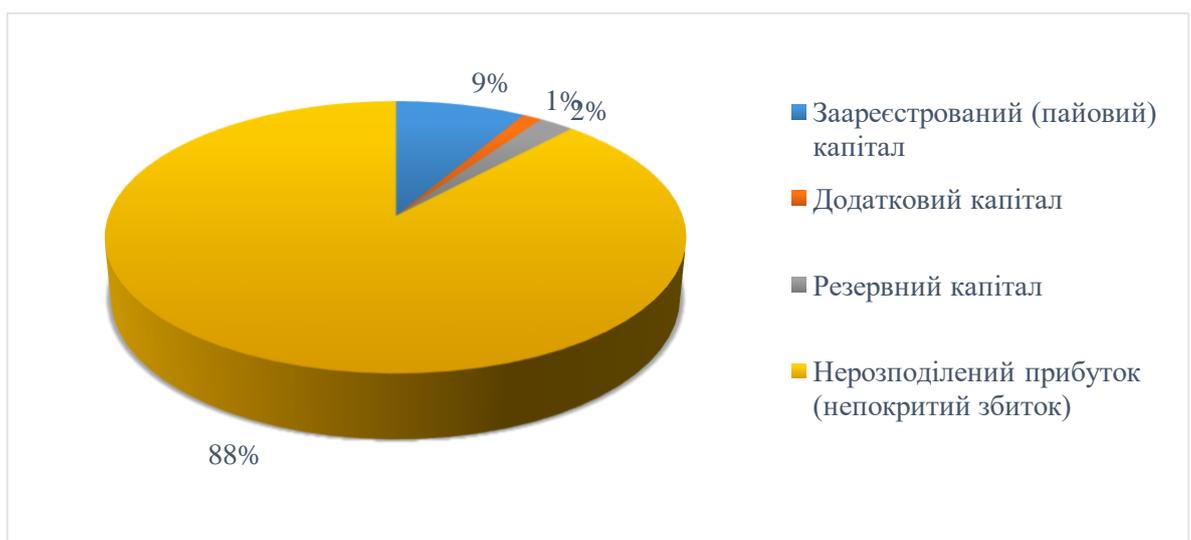


Рисунок 2.6 — Структура власного капіталу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 рр., тис.грн

Середньооблікова чисельність працівників має тенденцію до скорочення як серед адміністративного персоналу, так і робочого. В 2019 р. кількість скоротилась в порівнянні з 2017 р. на 26,64% (-260 осіб), а в порівнянні з 2018 р. на 8,83% (-77 осіб), рис.2.7.

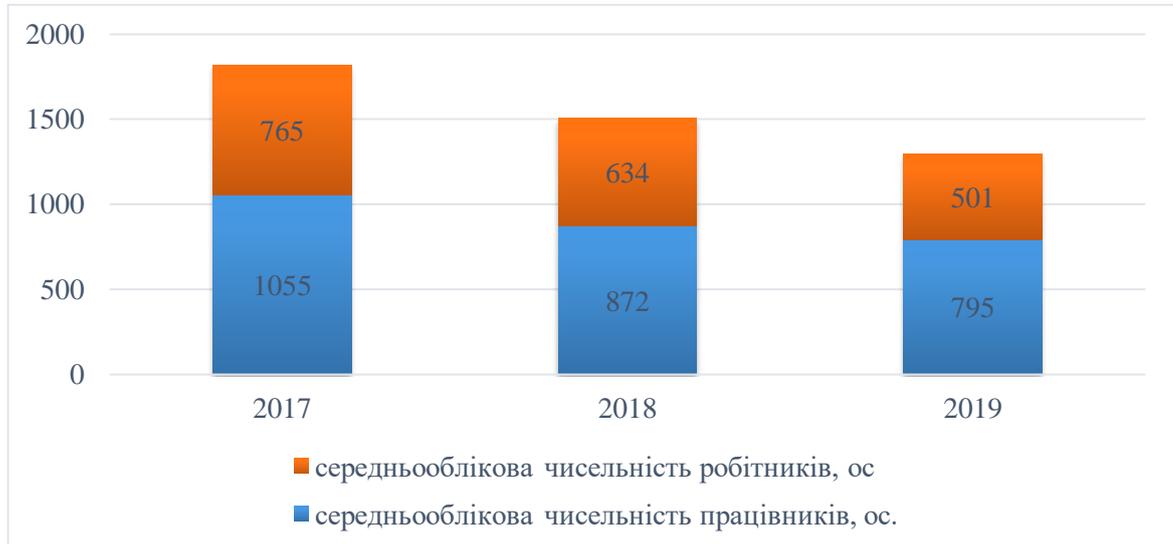


Рисунок 2.7 — Динаміка трудових ресурсів ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017-2019 рр., осіб

В 2019 р. сумарний обсяг чистого доходу склав 502558 тис.грн, що на 24% (-158733) менше від 2017 р., та на 11,18% (-63238 тис.грн) менше від 2018 р. В 2019 р. приріст зменшення собівартості продукції пропорційне зменшенню виручки і становить 023,96% (-129132 тис.грн) в порівнянні з 2017 р. та на 9,81% (-44591 тис.грн) в порівнянні з 2018 р. В 2019 р. сума валового прибутку скоротилась відповідно до зменшення чистого доходу та собівартості на 24,17% (-2960 тис.грн) в порівнянні з 2017 р. та на 16,75% (-2960 тис.грн) в порівнянні з 2018 р. В 2019 р. сума фінансового результату від операційної діяльності становила 19858 тис.грн, що на 56,59% (-25887 тис.грн) менше від 2017 р. та на 22,09% (-5631 тис.грн) менше від 2018 р. Позитивне значення показника свідчить про ефективну основну діяльність підприємства, яка здатна генерувати прибуток. В 2019 р. сума фінансового результату до оподаткування становила 26407 тис.грн, що на 43,98% (-20735 тис.грн) менше від 2017 р. та на 4,43% (-1223 тис.грн) від 2018 р. Динаміка відображена на рис.2.8.

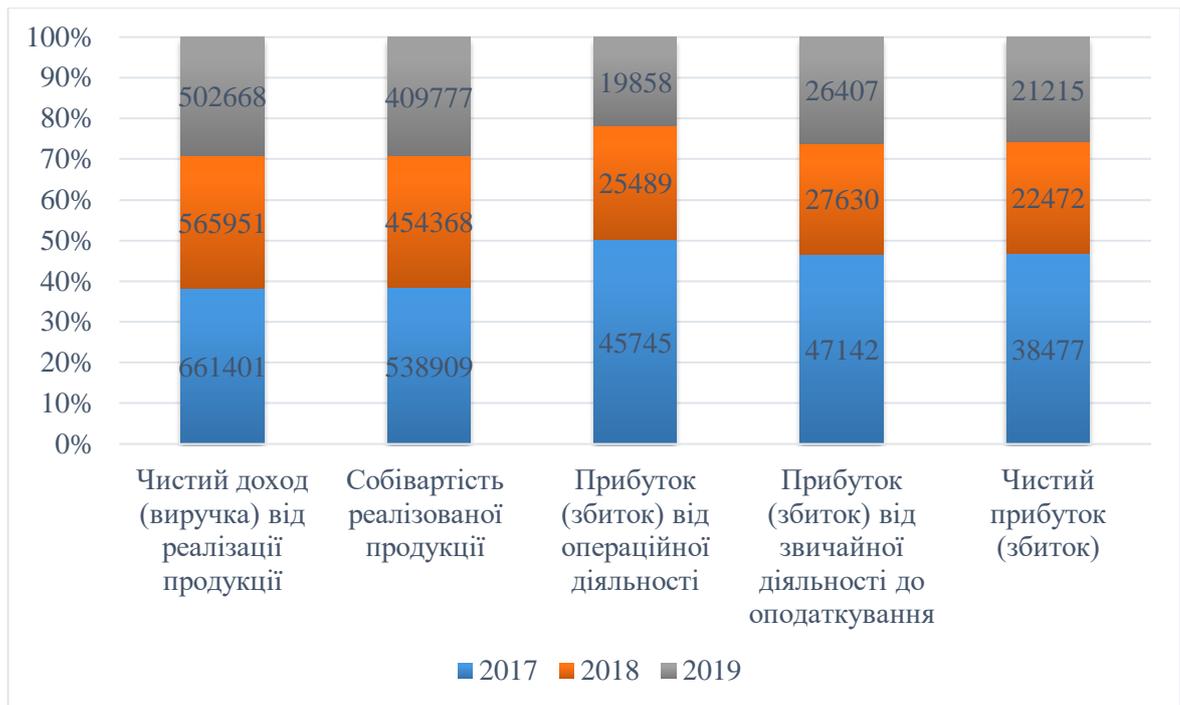


Рисунок 2.8 — Динаміка фінансового результату ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017-2019 рр., тис.грн

Як результат розглянутих вище показників, підприємство сформувало позитивний чистий фінансовий результат в 2019 році, який склав 21215 тис.грн, про те спостерігається тенденція до скорочення в порівнянні з 2017 р. На 44,86% (-17262 тис.грн), та на 5,59% (-1257 тис.грн) в порівнянні з 2018 р.

Спостерігається перемінна тенденція продуктивності праці, у 2019 р. зросла в порівнянні з 2017 р. на 2,73% (+19,39 тис.грн/особу), про те скорочення в порівнянні з 2018 р. на 3,44% (-26,01 тис.грн/особу). На відміну від продуктивності праці робітників – збільшення у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 18,21% (+178 тис.грн/особу) та збільшення на 11,4% (+118,45 тис.грн/особу). Рівень оплати праці має тенденцію до скорочення у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 8,85% (-0,27 тис.грн/люд-год) та в порівнянні до 2018 р. на 9,67% (-0,3 тис.грн/люд-год.).

Оборотні засоби у 2019 р. здійснюють 10 обертів, що на 65,31% більше від попередніх періодів. Середній період обороту становить 35,98 днів у 2019 р. або 1,24 грн/грн. Дебіторська заборгованість обертається 6,62 рази на рік, що менше від 2-17 р. на 1,4 оберти та від 2018 р. на 0,79 обертів. Також спостерігається

скорочення обіговості запасів у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 4 оберти, та в порівнянні з 2018 р. на 0,78 обертів. Але тривалість операційного циклу у 2019 р. зросла на 48,18% в порівнянні з 2017 р. та на 13,92% в порівнянні з 2018 р.

Показники рентабельності мають тенденцію до скорочення, від так рентабельність продажу зменшилась у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 26,3% та у 2018 р. на 7,61%. Рентабельність активів скоротилась на 47,92% в 2019 р. в порівнянні з 2017 р. та на 8,29% в порівнянні з 2018 р. Рентабельність власного капіталу має тенденцію до скорочення у 2019 р. в порівнянні з 2017 р. на 50,64%, а в порівнянні з 2018 р. 11,15%,рис.2.9.

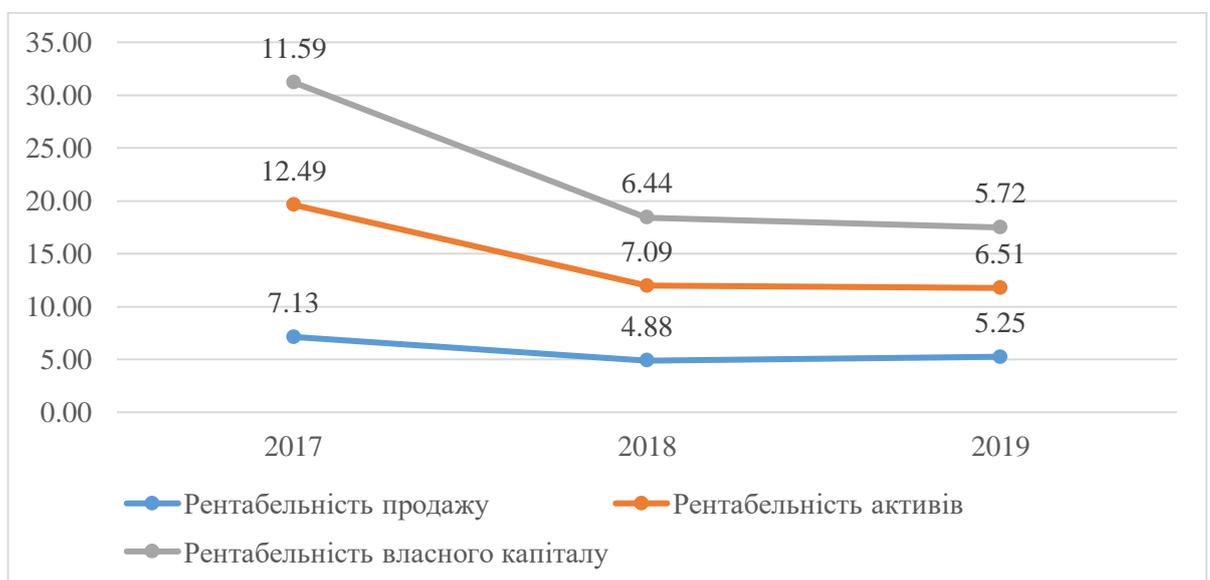


Рисунок 2.9 — Динаміка рентабельності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2017-2019 рр

Отже, підсумовуючи дослідження економічних та фінансових показників, можна зробити висновок про погіршення ефективності управління діяльністю підприємством, що призвело до скорочення ключових показників: прибутковості, продуктивності та рентабельності. Про те варто врахувати і те, що підприємство все ж отримує позитивний фінансовий результат у вигляді прибутку, а не збитку, скоротило терміни обігу активів та запасів, а також дебіторської заборгованості.

2.4. Стан охорони праці на підприємстві ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

За стан охорони праці на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» відповідає спеціаліст з охорони праці. Розглянемо фактори, що впливають на умови праці.

Відповідно до Гігієнічної класифікації праці, затвердженої наказом МОЗ України від 08.04.2014 р. № 248, шкідливими умови праці є стан умов праці, за якого рівень впливу одного або більше факторів виробничого середовища та/або трудового процесу перевищує допустимий.

Головними причинами травматизму в діяльності виробничого цеху є падіння вантажів при їх переміщенні, неправильне кріплення вантажів на транспортних засобах, порушення правил експлуатації обладнання та машин, відсутність або не використання засобів індивідуального захисту, недостатня освітленість робочих місць і ділянок складування в нічний час, виконання такелажних робіт не підготовленими робітниками та ін.

Безпека виробничого процесу забезпечується шляхом правильної розстановки робітників, інструктажу і навчання безпечним методам роботи, відповідного підбору вантажопідіймальних механізмів, допоміжних та такелажних пристроїв. Відповідальність за безпечне проведення робіт покладається на головного інженера, призначеного наказом по організації. Відповідальні за безпечне ведення виробничої діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», при призначенні на роботу повинні проходити перевірку знань особливостей технологічного процесу, вимог безпеки праці, пристрій і безпечну експлуатацію обладнання, протипожежну безпеку та виробничу санітарію відповідно їх посадовим обов'язкам.

В результаті недотримання інструкцій з охорони праці також можливі травми електричним струмом, тілесні ушкодження від устаткування, опіки. Для мінімізації впливу зазначених факторів потрібно дотримуватись НПАОП 0.00-1.21-98 «Правил безпечної експлуатації електроустановок», «Вимоги безпеки та захисту здоров'я під час використання виробничого обладнання працівниками» затверджені наказом МСПУ від 28.12.2017 р. № 2072 .

Інші відділи, що забезпечують діяльність підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» працюють з комп'ютерами, а отже для нього факторами впливу є: вплив електромагнітного випромінювання монітора, стомлення очей та навантаження на зір, сидяче положення протягом тривалого часу.

Зазначені фактори можуть спричинити розвиток хронічних захворювань, ожиріння, професійне вигорання, стрес. Для зменшення впливу факторів на здоров'я працівників потрібно дотримуватися в першу чергу техніки безпеки роботи за комп'ютером. Окрім того приміщення, в яких планується установка та подальша робота з комп'ютером, повинні відповідати проектній документації будинку, погодженій з уповноваженими державними органами. Крім того, роботодавець повинен враховувати санітарні нормативи освітлення, вимоги до параметрів мікроклімату (температура, відносна вологість), ступеня і сили вібрації, звукового шуму і вогнестійкості приміщення, а також характеристики електромагнітного, ультрафіолетового та інфрачервоного полів.

Правила поширюються на умови й організацію праці при роботі з візуальними дисплейними терміналами (ВДТ) усіх типів вітчизняного та зарубіжного виробництва на основі електронно-променевої трубки (ЕПТ), що використовуються в електронно-обчислювальних машинах (ЕОМ) колективного використання та персональних ЕОМ (ПЕОМ).

Зменшення впливу негативних факторів забезпечується наступним чином. У кожній кімнаті, де обладнуватимуться робочі місця співробітників, що працюватимуть на комп'ютері, повинні бути наявні елементи природного та штучного освітлення. При цьому, на вікнах слід встановити легко регульовані жалюзі чи штори, які дозволять працівникам коригувати рівень освітлення в приміщенні. Бажано розмістити комп'ютери в кімнаті таким чином, щоб світло потрапляло на екрани моніторів з півдня чи північного сходу. З метою досягнення максимального рівня безпечності і охорони праці при роботі з комп'ютером, виробничі приміщення необхідно обладнати аптечками першої медичної допомоги, системами автоматичної пожежної сигналізації і вогнегасниками. В приміщенні, в якому разом працюють 5 або більше

комп'ютерів, на видимому місці встановлюється службовий вимикач, який у разі потреби дозволить повністю відключити електричне живлення кімнати [5].

Вцілому на всіх працівників впливають фізичні небезпечні і шкідливі виробничі фактори: незадовільний мікроклімат (температура, вологість, вентиляція повітря, інфрачервоне або ультрафіолетове випромінювання) в приміщенні; барометричний тиск; постійні електричні поля і випромінювання; небезпечні іонізуючі випромінювання; високий рівень промислових шумів та вібрацій (місцева або загальна); недостатнє природне або технічне освітлення в робочих приміщеннях; загальна організація робочого процесу на підприємстві.

На підприємстві ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» проводяться інструктажі, які поділяють на: вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

Вступний інструктаж проводить спеціаліст відділу охорони праці або особа, що призначена наказом для проведення цієї роботи. Місце проведення вступного інструктажу – кабінет охорони праці або інше приміщення, обладнане наочними матеріалами.

Метою вступного інструктажу на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є: роз'яснення значення основної і трудової дисципліни, ознайомлення з характером майбутньої роботи, загальними умовами, з вимогами безпеки; ознайомлення з основними положеннями законодавства про працю, правилами внутрішнього трудового розпорядку, основними правилами електробезпеки, порядком складання актів про нещасний випадок, порядок надання першої допомоги потерпілому; загальними вимогами до організації та утримання робочих місць; вимогам особистої гігієни та виробничої санітарії; ознайомлення з основними вимогами пожежної безпеки.

Первинний інструктаж проводиться на робочому місці до початку роботи з новоприйнятим працівником або працівником, який буде виконувати нову для нього роботу. Первинний інструктаж проводиться індивідуально або для групи осіб спільного фаху за програмою, складеною з урахуванням вимог відповідних інструкцій з охорони праці та інших нормативних актів про охорону праці, технічної документації і орієнтованого переліку питань первинного інструктажу,

викладених у додатку до Типового положення про навчання, інструктаж та перевірку знань з питань охорони праці.

Повторний інструктаж проводиться на робочому місці з усіма працівниками, незалежно від кваліфікації, освіти і стажу роботи один раз у півріччя. Мета інструктажу – поновити знання та уміння виконувати працівником роботу правильно і безпечно. Проводиться інструктаж індивідуально або для групи працівників, що виконують однотипні роботи, за програмою первинного інструктажу у повному обсязі.

Позаплановий інструктаж проводиться з працівниками на робочому місці або у кабінеті охорони праці у випадках:

при введенні у дію нових або змінених нормативних актів про охорону праці;

при зміні технологічного процесу, заміні або модернізації устаткування, приладів та інструментів, вихідної сировини, матеріалів та інших чинників, що впливають на охорону праці;

при порушенні працівником нормативних актів, що може призвести до травми, отруєння або аварії;

на вимогу працівника органу державного нагляду або вищої за ієрархією державної чи господарської організації при виявленні недостатнього знання працівником безпечних прийомів праці і нормативних актів про охорону праці;

при перерві у роботі виконавця робіт більше, ніж 30 календарних днів (для робіт із підвищеною небезпекою), а для решти робіт – більше 60 днів.

Позаплановий інструктаж проводять згідно із розпорядженням установ, які здійснюють державний нагляд за охороною праці, інструктаж проводиться індивідуально або для групи працівників спільного фаху. Обсяг і зміст інструктажу визначається для кожного окремого випадку залежно від причин і обставин, що викликали необхідність його проведення.

До основних функцій управління охороною праці на підприємстві належать: організація та координація робіт; облік, аналіз та оцінка стану умов та

безпеки праці; планування та фінансування робіт; контроль за станом охорони праці; стимулювання охорони праці.

Згідно Закону України «Про охорону праці»: фінансування охорони праці здійснюється власником. Працівник не несе ніяких витрат на заходи щодо охорони праці.

Проаналізуємо витрати на охорону праці в ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр., табл.2.5.

Таблиця 2.5 - Показники витрат на охорону праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2017	2018	2019	2017 р.	2018 р.
Усього витрати тис.грн, у тому числі:	488,74	476,31	415,93	-72,82	-60,39
на номенклатурні заходи, передбачені колективним договором, тис.грн	176,40	140,60	121,80	-54,60	-18,80
на засоби індивідуального захисту, тис.грн	130,67	140,56	170,50	39,83	29,94
на лікувально-профілактичні заходи, тис.грн	181,67	195,15	123,63	-58,05	-71,53
Показник розподілу матеріальних витрат ($K_{рв}$)	0,27	0,30	0,41	0,14	0,11
Фонд оплати праці, тис.грн	97748,00	95262,00	83185,00	-14563,00	-12077,00

Згідно табл.2.5, можна зробити висновок, що витрати на охорону праці у ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 р. порівняно з 2017 р скоротились на 72,82 тис. грн., а порівняно з 2018 р. на 60,39 тис. грн.

У 2019 р. показник розподілу матеріальних витрат на охорону праці збільшився у порівнянні з 2017 р. на 0,14 , а у порівнянні з 2018 р. на 0,11. Оскільки відбувається тенденція скорочення чисельності працівників, збільшення показника матеріальних витрат пов'язано зі здорожання матеріалів для забезпечення охорони праці.

Визначимо соціальну ефективність заходів для охорони праці на підприємстві із загальною (середньообліковою) кількістю працюючих 275 чоловік на підставі:

- кількість робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм, до проведення заходів 11, після проведення заходів 9;
- чисельність працівників, які працюють в умовах, що не відповідають вимогам санітарних норм до проведення норм 8, після 7;
- кількість випадків травматизму до проведення заходів 4, після 3;
- кількість днів непрацездатності через травматизм до проведення заходів 53, після 48;
- кількість працівників, що звільнилися до проведення заходів 6, після 5.

Визначимо скорочення кількості робочих місць, що не відповідають вимогам нормативних актів щодо безпеки виробництва (2.1):

$$\Delta K = \frac{P_1 - P_2}{K_3} \times 100\%, \quad (2.1)$$

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

K_3 - загальна кількість робочих місць ($275/2 = 138$).

$$\Delta K = \frac{11-9}{138} \times 100\% = 1,45\%$$

Визначаємо скорочення чисельності працівників, які працюють в умовах, які не відповідають вимогам санітарних норм (2.2):

$$\Delta \text{Ч} = \frac{N_1 - N_2}{N} \times 100\%, \quad (2.2)$$

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.

$$\Delta \text{Ч} = \frac{8-7}{275} \times 100\% = 0,36\%$$

Зменшення коефіцієнта частоти травматизму (2.3):

$$\Delta K_{\text{ч}} = \frac{T_1 - T_2}{N} \times 100\%, \quad (2.3)$$

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

$$\Delta K_{\text{ч}} = \frac{4-3}{275} \times 100\% = 0,36\%$$

Визначимо скорочення плинності кадрів через незадовільні умови праці (2.4).

$$\Delta \text{ЧП} = \frac{31-32}{N} \times 100\%, \quad (2.4)$$

де 31 та 32 – кількість працівників, що звільнилися до проведення заходів та після.

$$\Delta \text{ЧП} = \frac{6-5}{275} \times 100\% = 0,36\%$$

Отже, результатом соціальної ефективності заходів для охорони праці ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є скорочення кількості робочих місць, що не відповідають вимогам санітарних норм на 1,45%; зменшення коефіцієнту частоти травматизму на 0,36% та скорочення плинності кадрів на 0,36%

Проведемо розрахунок річної економії від зменшення рівня захворюваності на підставі наступних даних:

- кількість днів непрацездатності через хвороби на 100 працівників до проведення заходів 2179, після 2006;
- річна середньооблікова чисельність робітників 275, чоловік;
- вартість виробленої товарної продукції за зміну на одного працівника промислово-виробничого персоналу 458 грн.;
- вартість річної товарної продукції підприємства 598 тис. грн.;
- середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу 235, чол.;
- середньорічна заробітна плата одного працівника разом із відрахуваннями на соцстрахування 2236 тис.грн.;
- середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності 190 грн.

На основі наведених даних, проведемо розрахунок скорочення витрат

робочого часу за рахунок зменшення рівня захворюваності (аналогічно травматизму) за певний час (2.5):

$$\Delta D = \frac{D_1 - D_2}{N} \times \mathcal{C}, \quad (2.5)$$

де D_1, D_2 – кількість днів непрацездатності через хвороби чи травматизм на 100 працюючих відповідно до і після проведення заходів.

$$\Delta D = \frac{2179 - 2006}{100} \times 275 = 476 \text{ люд.-днів.}$$

Проведемо розрахунок зростання продуктивності праці (2.6):

$$\Delta W = \frac{\Delta D \times Z_B}{P_n} \times 100\%, \quad (2.6)$$

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

P_n – вартість річної товарної продукції підприємства.

$$\Delta W = \frac{476 \times 458}{598000} \times 100\% = 36,45\%$$

Розрахуємо суму річної економії зарплати за рахунок зростання продуктивності праці при зменшенні рівня захворюваності і травматизму (2.7):

$$E_z = \frac{\Delta W \times Z_p}{100} \times \mathcal{C}_{cp}, \quad (2.7)$$

де \mathcal{C}_{cp} – середньорічна чисельність промислово – виробничого персоналу;

Z_p – заробітна плата одного працівника з відрахуваннями на соцстрахування.

$$E_z = \frac{36,45 \times 2236000}{100} \times 235 = 191562,7 \text{ тис.грн}$$

Отже, економія за рахунок зменшення коштів на виплату допомоги по тимчасовій непрацездатності (2.8):

$$E_{cc} = \Delta D \times P_d \quad (2.8)$$

де P_d – середньоденна сума допомоги по тимчасовій непрацездатності, грн

$$E_{cc} = 476 \times 190 = 90440 \text{ грн}$$

Тоді річна економія за рахунок зменшення рівня захворюваності (травматизму) (2.9):

$$E_{pz}(T) = E_z + E_{cc} \quad (2.9)$$

$$E_{p3}(T) = 191562,7 + 90,4 = 191653,1 \text{ тис.грн}$$

Відповідно до закону України «Про охорону праці» [1], проведемо розрахунок потреби в чисельності працівників служби охорони праці за формулою (2.10):

$$M_1 = 2 + \frac{\Delta P_{CP} \times K_{III}}{\Phi}, \quad (2.10)$$

де M_1 – чисельний склад служби охорони праці на підприємстві;

P_{CP} – середньоспискова чисельність працюючих на підприємстві;

Φ – ефективний річний фонд робочого часу фахівця з охорони праці, який дорівнює 1 820 годин, що враховує втрати робочого часу на можливі захворювання, відпустку тощо;

K_{III} – коефіцієнт, що враховує шкідливість і небезпечність виробництва (дорівнює 1)

$$M_1 = 2 + \frac{275 \times 1}{1820} = 2,15 \text{ або } 3$$

Отже на підприємстві потрібно забезпечити відділ охорони праці 3 спеціалістами.

Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити висновок про ефективність системи охорони праці. Що виражено рівнем скорочення травматизму, підвищенням безпеки робочого місця працівників, а також достатньою кількістю спеціалістів у відділі охорони праці.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТОВАРООБИГУ ПРАТ «ФІРМА «ПОЛТАВПИВО» ТА РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

3.1. Аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та факторів, що визначають його обсяг та структуру

Вивчення існуючих тенденцій і можливостей ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» по реалізації товарів і визначення факторів, які позитивно чи негативно впливають на продажі компанії, досягається при аналізі обсягів продажів і структури продажів. Для проведення дослідження використаємо методику, розглянену в теоретичній частині даної роботи.

Розпочнемо аналіз товарообігу із структурування продукції за видами. Основним видом продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є пиво, квас та безалкогольні напої, структура за обсягом реалізації у 2019 р. відображена на рис.3.1.

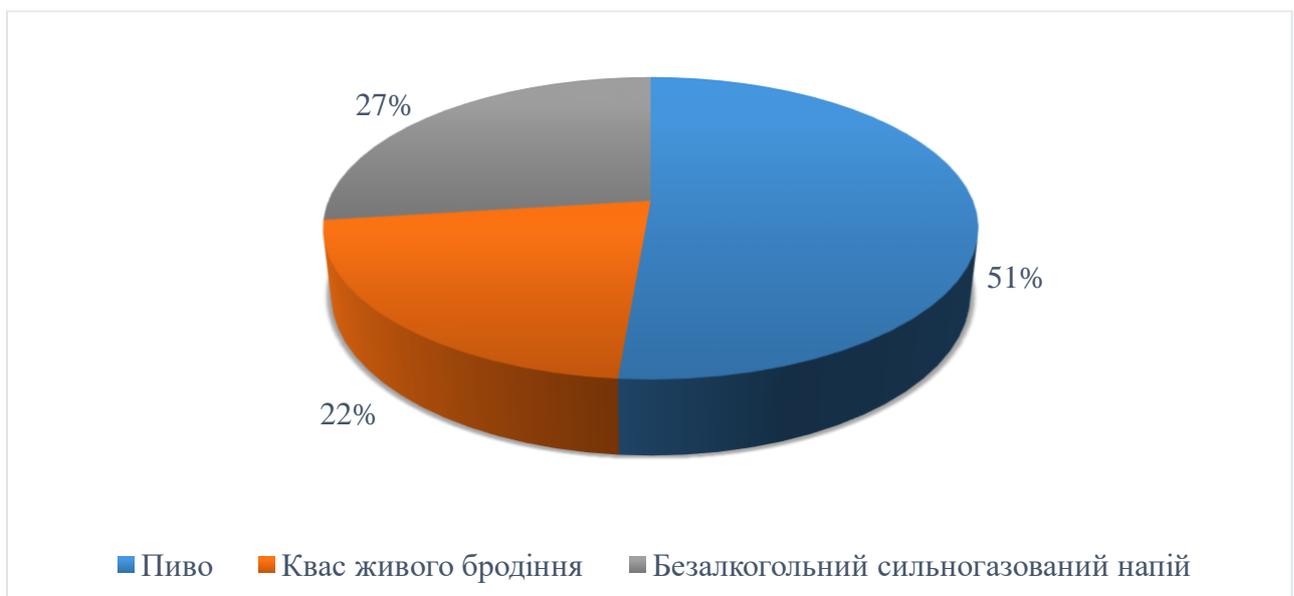


Рисунок 3.1 — Структура товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 р., тис.грн

Отже, понад 50% у структурі товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 р займає пиво – 51%, протягом року стабільна реалізація спостерігається за безалкогольними сильними напоями – 27% та 22% становить сезонний напій – квас.

Відобразимо динаміку та структуру товарообігу за видами продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» в табл.3.1.

Таблиця 3.1 — Товарообіг по товарним групам ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр

Показник	2017 р.		2018 р.		2019 р.		Зміна 2019р. до 2017р.	
	Тис.грн	Питом а вага,%	Тис.грн	Питом а вага,%	Тис.грн	Пито ма вага,%	Абсолютна	Відносна, %
Пиво	345678	46	320876	49	297655	51	-48023	-13,89
Квас	256945	34	201786	31	125483	22	-131462	-51,16
Б/а напій	146506	20	136119	21	156789	27	10283	7,02
Разом:	749129	-	658781	-	579927	-	-169202	-22,59

Отже, спостерігається тенденція скорочення обсягів виробництва за всіма групами продуктів в цілому на 22,59% у 2019 р. порівняно з 2017 р. Від так, основну частку в структурі виробництва становить протягом аналізованого періоду пиво – 46-51%. У 2019 р. відбулось скорочення обсягу виробництва квасу, що призвело до зміни структури товарообігу – у 2017 р. показник становив 34%, у 2018 р. – 31%, а в 2019 р – 22%. Наслідком зростання товарообігу безалкогольних напоїв стала частка в структурі товарообігу підприємства в розмірі 27% в 2019 р.

Одним із методів забезпечення конкурентоспроможності продукції є формування оптимальної структури асортименту за рахунок прибуткових і добре продаваних товарів. Саме цим критерієм керується ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» при прийнятті рішення про включення товару в асортимент або припинення роботи з ним.

Відобразимо структуру асортименту ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у табл.3.2.

Таблиця 3.2 — Динаміка та структура асортименту ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр

Показник	2017 р.		2018 р.		2019 р.		Зміна 2019р. до 2017р.	
	тис.грн	питова вага,%	тис.грн	питова вага,%	тис.грн	питова вага,%	Абсолютна	Відносна,%
Пиво								
«Ай-Нікола»	8517	2	10654,3	3	6957,8	2	-1559,2	-18,31
«Гелон»	10234,2	3	11865,4	4	9503,6	3	-730,6	-7,14
«Диканські Вечори»	28966,5	8	32324,5	10	21781,7	7	-7184,8	-24,80
«Жигулівське»	29675,4	9	31986,5	10	31694,9	11	2019,5	6,81
«Нефільтроване солодове»	28765,4	8	29789,5	9	18298,6	6	-10466,8	-36,39
«Полтавське Класичне»	34564,6	10	32134,6	10	31656	11	-2908,6	-8,41
«Полтавське Світле»	30876,5	9	32765,6	10	25516,7	9	-5359,8	-17,36
«Полтавське Міцне	21543,5	6	20876,5	7	18719,6	6	-2823,9	-13,11
«Фірмове»	28765,4	8	25342,5	8	24533,5	8	-4231,9	-14,71
«Старий млин»	18765,4	5	15643,5	5	14831,6	5	-3933,8	-20,96
«Ризьке» (Rigas)	15564,3	5	10785,4	3	7918,6	3	-7645,7	-49,12
«Ячмінний колос»	21785,4	6	17454,6	5	16122,6	5	-5662,8	-25,99
«Мгарське»	0	0	4345,6	1	6658,7	2	6658,7	0
«Мюнхенське»	0	0	5067,3	2	9534,6	3	9534,6	0
«Слов'янське»	0	0	5160,6	2	6712,3	2	6712,3	0
«Антон Грубі»	21567,7	6	20986,5	7	19645,6	7	-1922,1	-8,91
«Бочкове»	36543,5	11	25896,5	8	20590,6	7	-15952,9	-43,65
«Губернське золото»	9543,2	3	12598,6	4	6978	2	-2565,2	-26,88
Разом	345678	46	320876	49	297655	51	-48023	-13,89
Безалкогольні напої								
«Квас Губернський».	256945	34	201786	31	125483	22	-131462	-51,16
«Мохіто».	45786,4	31	41895,4	31	42345,6	27	-3440,8	-7,51
«Тьотя Груша»	59874,3	41	64562,1	47	70895,4	45	11021,1	18,41
«Лимонадний Джо».	40845,3	28	29661,5	22	43548	28	2702,7	6,62
Разом	146506	20	136119	21	156789	27	10283	7,02
Всього	749129		658781		579927		-169202	-22,59

Отже, в структурі асортименту пива основну частку становлять у 2019 р. «Жигулівське» та «Полтавське класичне» - 11%, «Полтавське Світле» - 9%, «Фірмове» - 8%.

Спостерігається тенденція відновлення виробництва та реалізації у 2018 р. таких видів пива: «Мгарське», «Мюнхенське» та «Слов'янське», які в сумі становлять у 2019 р. майже 7% у загальній структурі асортименту пива.

У структурі безалкогольних напоїв основну частку протягом аналізованого періоду становить «Тьотя Груша» - 41-47%.

Головний індикатор ринку для будь-якого виробника, в тому числі і ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» - це попит на його продукцію, тобто потреба в них, що забезпечує купівельну спроможність. Протягом року попит змінюється, він нерегулярний під впливом сезонності. Влітку пиво та інші напої користуються великим попитом у порівнянні із зимою. Нерівномірність попиту протягом коротшого періоду, наприклад місяця, залежить від кількості вихідних або святкових днів. Від так, продукція ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» піддається впливу сезонних факторів і актуальним буде дослідження її динаміки за кварталами, табл.3.2.

Таблиця 3.2 — Поквартальна структура товарообігу підприємства ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017-2019 рр

Квартал	Звітні роки:						Зміна 2019 до 2017	
	2017		2018		2019			
	тис.грн	Питома вага,%	тис.грн	Питома вага,%	тис.грн	Питома вага,%	Абсолютна	Відносна,%
I	92896	12,40	86567	13,14	77431	13,35	-15465	-16,65
II	147543	19,70	135432	20,56	105214	18,14	-42329	-28,69
III	321896	42,97	284221	43,14	264231	45,56	-57665	-17,91
IV	186794	24,93	152561	23,16	133051	22,94	-53743	-28,77
Разом	749129	-	658781	-	579927	-	-169202	-22,59

Згідно табл.3.2, можна зробити висновок, що основним періодом виробництва та реалізації продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є III квартал, тобто літній сезон, коли найвищий попит на прохолодні напої. Його частка в структурі товарообігу становить 42-46% та щорічно зростає. Найменш активним періодом є зимовий – I квартал, частка товарообігу становить 12-13% у 2017-2019 рр. Графічне відображення структури товарообігу за кварталами відображено на рис.3.2.

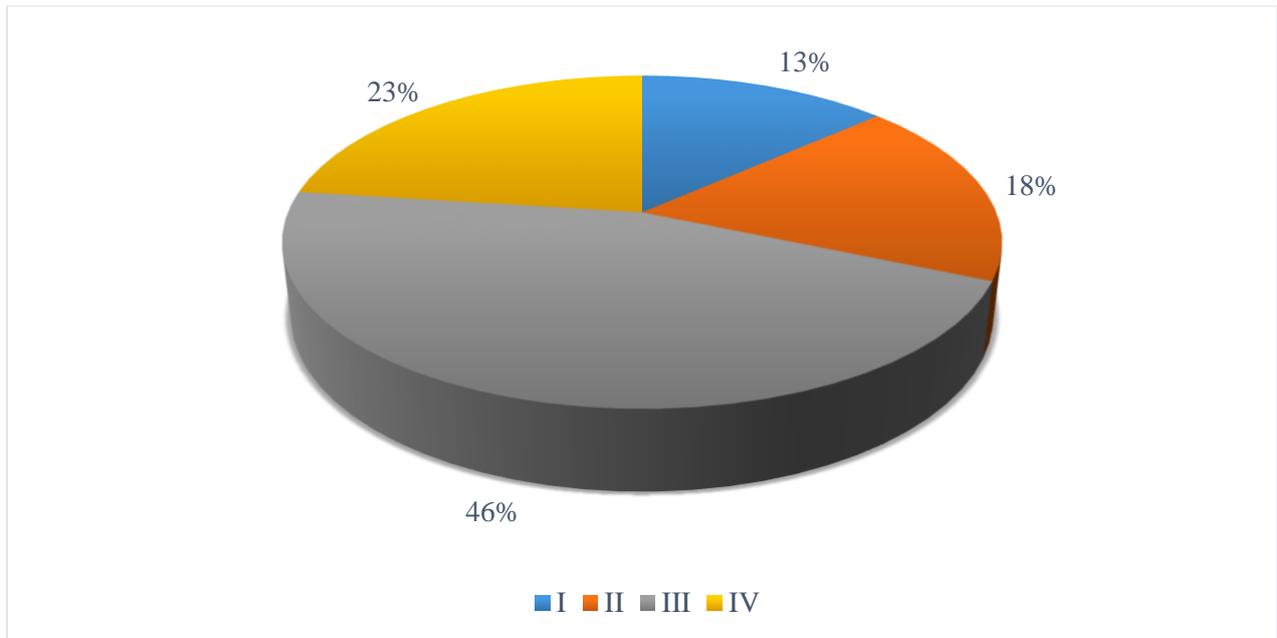


Рисунок 3.2 – Поквартальна структура товарообігу за 2019 р. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Важливе місце в оцінці товарообігу займає аналіз асортименту продукції. Оптимальним методом такого дослідження є АВС-аналіз, який ґрунтується на законі Паретто: 80/20, тобто 20% товарних позицій забезпечують 80% товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Розподіл товарів за даним принципом може мати наступну структуру, рис.3.3.

A	B	C
60	20	20
50	30	20
55	25	20

Рисунок 3.3 – Принцип закону Паретто,%

Згідно рис.3.3 да досліджень [45, с.89] закон 80/20 не є універсальним та принциповим. Оскільки в залежності від галузі, значення показника може бути як 15/85, так і 30/70. Для поділу товарних позицій на категорії АВС, спершу потрібно провести глибокий аналіз асортименту, продажу та його прибутковості.

Відобразимо асортимент ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за внеском товарних груп в товарообіг та прибуток у 2019 р., табл.3.3.

Таблиця 3.3 — Аналіз асортименту пива ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за внеском товарних груп в товарообіг та прибуток за 2019 р.

Показник	Оборот по групі за рік, тис.грн	Частка в обороті	Прибуток по групі за рік	Частка прибутку в групі	Група за товарообігом	Група за прибутком
«Ай-Нікола»	53432,6	3%	6957,8	2%	С	С
«Гелон»	135674	7%	9503,6	3%	А	С
«Диканські Вечори»	189675	10%	21781,7	7%	А	А
«Жигулівське»	110985	6%	31694,9	11%	В	А
«Нефільтроване солодове»	168785	9%	18298,6	6%	А	В
«Полтавське Класичне»	180453	9%	31656	11%	А	А
«Полтавське Світле»	190874	10%	25516,7	9%	А	А
«Полтавське Міцне	150674	8%	18719,6	6%	А	В
«Фірмове»	90321	5%	24533,5	8%	В	А
«Старий млин»	42674	2%	14831,6	5%	С	В
«Ризьке» (Rigas)	87453	4%	7918,6	3%	В	С
«Ячмінний колос»	60895	3%	16122,6	5%	С	В
«Мгарське»	60432	3%	6658,7	2%	С	С
«Мюнхенське»	50673	3%	9534,6	3%	С	В
«Слов'янське»	90743	5%	6712,3	2%	В	С
«Антон Грубі»	90674	5%	19645,6	7%	В	А
«Бочкове»	56894	3%	20590,6	7%	С	А
«Губернське золото»	150804	8%	6978	2%	А	С
Всього, тис.грн	1962116	1	297655	1	0	0

Таблиця 3.4 — Аналіз асортименту безалкогольних напоїв ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за внеском товарних груп в товарообіг та прибуток за 2019 р.

Показник	Оборот по групі за рік, тис.грн	Частка в обороті	Прибуток по групі за рік	Частка прибутку в групі	Група за товарообігом	Група за прибутком
«Квас Губернський»	896576	47%	125483	44%	А	А
«Мохіто»	190875	10%	42345,6	15%	В	В
«Тьотя Груша»	543214	29%	70895,4	25%	А	А
«Лимонадний Джо»	261288	14%	43548	15%	В	В
Всього	1891953	-	282272	-	-	-

Частка товару у товарообороті з накопичувальним результатом розраховується відповідно до частки товару у товарообороті. За отриманими результатами кожній товарній групі необхідно дати назву групи, дотримуючись при цьому принципового розподілу всього асортиментного ряду на групи А, В і С.

Для інтерпретації результатів аналізу, побудуємо матрицю, рис.3.4

		Товарообіг		
		А	В	С
Високий	А	АА	АВ	АС
		Рекордсмени продажу	Лідери продажу	Середньопотенційні товари
Середній	В	ВА	ВВ	ВС
		Високопотенційні товари	Товари середнього рівня	Товари середнього рівня пасивні
Низький	С	СА	СВ	СС
		Елітні товари	Пасивні товари	Аутсайдери
		Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
		Прибуток		

Рисунок 3.4 – Матричний аналіз ABC

Згідно рис.3.4 та проведеному аналізу асортименту пива, «рекордсменом продаж» є такі позиції як «Диканські вечори», «Полтавське класичне» та «Полтавське світле». Серед безалкогольних напоїв рекордсменом є квас та напій «Тьотя Груша». Оскільки саме вони забезпечують основних обсяг доходу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», а отже повинні нарощувати обсяг товарообігу в майбутньому.

Лідерами продажу в категорії «АВ» серед пива є «Нефільтроване солодове» та «Полтавське міцне». Разом із попередньою категорією вони забезпечують майже 80% обігу підприємства при середньому рівні рентабельності та складають масу прибутку за рахунок масштабності, їхній основних критерій доступна ціна.

АС – товари із середнім потенціалом представлені пивом «Гелон» та «Губернське золото». Даний тип продукту потребує рекламного просування, а для стимуляції товарообігу необхідно розробляти акційні пропозиції.

До високо потенційних товарів належить пиво «Жигулівське», «Фірмове» та «Антон Грубі». Дані категорії пива користуються не високим рівнем попиту, про те є високорентабельними. В даному випадку важливим є забезпечення запасів та постійного потоку реалізації.

У категорії пива, товари середнього рівня відсутні, про те серед безалкогольних напоїв такими є «Мохіто» та «Лимонадний Джо». Дані асортиментні групи займають середній рівень важливості в товарообігу підприємства. Про те вони є показником в зміні тенденцій асортиментної політики підприємства, тому повинні постійно перебувати під контролем керівництва.

До елітних товарів категорії СА серед пива належить «Бочкове», хоча їхній обсяг реалізації не значний, вони приносять високий прибуток завдяки вартості товару та не потребують суттєвої реклами.

Пасивним товарами в асортименті пива є «Старий млин», «Ячмінний колос», «Мюнхенське». Дана категорія товару не відіграє суттєву роль в товарообороті, про те вони доповнюють асортимент своїми унікальними властивостями. Для збільшення товарообігу даної групи потрібно періодично проводити рекламні заходи.

Аутсайдерами в асортименті пива підприємства є позиції «Ай-Нікола» та «Мгарське». Дані види пива вважаються неходовими і потребують скорочення обсягів виробництва або, навіть, вилучення із асортиментного ряду ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

В результаті проведеного АВС-аналізу, виявлено групи товарів, які є ключовими в товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», а також ті, які потребують додаткового просування через маркетингові інструменти.

Про те, недоліком даного типу аналізу є те, що він не враховує кон'юнктурні зміни на споживчому ринку, сезонні коливання продажу. Тому

доречно провести факторний аналіз товарообігу підприємства для узагальнення проведеної оцінки. Показники для проведення факторного аналізу наведені в табл. 3.5.

Таблиця 3.5 — Вихідні дані для факторного аналізу товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2018-2019 р.

	Показники	2018 р.	2019 р.	Відхилення	
1	Товарообіг	658781,00	579927,00	-78854,00	-11,97%
2	Середньооблікова чисельність працівників	472	275	-197,00	-41,74
3	Продуктивність праці	1395,72	2108,83	713,10	51,09

Для виконання розрахунків, сформуємо модель факторного аналізу (3.1):

$$Q^{ск} = Ч * ПП, \quad (3.1)$$

де $Q^{ск}$ – товарообіг, тис.грн

Ч – середньооблікова чисельність працівників, осіб

ПП – продуктивність праці, тис.грн/осіб

Визначимо вплив чисельності працівників та їх продуктивності праці. Для розрахунку використовується метод скоригованого показника.

1. Розрахунок скоригованого показника (3.2):

$$Q^{ск} = Ч_1 * ПП_{річ 0} \quad (3.2),$$

де $Ч_1$ – середньооблікова чисельність працівників за звітний рік;

$ПП_{річ 0}$ – продуктивність праці одного працівника за попередній рік.

$$Q^{ск} = 275 * 1395,72 = 383823 \text{ тис.грн/особу}$$

2. Розрахунок впливу факторів:

- визначення впливу зміни середньооблікової чисельності працівників

на зміну товарообігу:

$$\Delta Q_{чр} = Q^{ск} - Q_0,$$

де Q_0 – товарообіг за попередній рік.

$$\Delta Q_{чр} = 383823 - 658781,00 = -274958 \text{ тис.грн}$$

- визначення впливу зміни продуктивності праці одного працівника на зміну обсягу виробництва продукції (товарообігу):

$$\Delta Q_{\text{ППріч}} = Q_1 - Q^{\text{ск}},$$

де Q_1 – товарообіг звітного року.

$$\Delta Q_{\text{ППріч}} = 579927,00 - 383823 = 196104 \text{ тис.грн}$$

3. Перевірка розрахунків:

$$\pm \Delta Q = \pm \Delta Q_{\text{чр}} \pm \Delta Q_{\text{ППріч.}}$$

$$\pm \Delta Q = Q_1 - Q_0.$$

$$\pm \Delta Q = -274958 + 196104 = -78854 \text{ тис.грн}$$

$$\pm \Delta Q = 579927,00 - 658781,00 = -78854,00 \text{ тис.грн}$$

Отже, на зміну товарообігу в звітному році вплинули продуктивність праці та чисельність працівників. Зменшення кількості працівників на 41,74% призвело до зниження товарообігу на -274958 тис.грн. Зростання продуктивності праці на 51% позитивно вплинуло на товарообіг, тобто збільшило його на 196104 тис.грн. Загальний вплив двох факторів призвів до зниження товарообігу на -78854,00 тис.грн.

Підсумовуючи проведене дослідження, можна зробити висновок, що товарообіг ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має тенденцію до скорочення на 22,59% у 2019 р. порівняно з 2017 р. За рахунок зменшення обсягу виробництва по всім категоріям асортиментної групи. Асортиментна структура складається з трьох груп – пиво, квас та безалкогольні сильно газовані напої. Результат ABC аналізу вияви групи товарів, які є ключовими в товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» - це «Нефільтроване солодове» та «Полтавське міцне» Гелон» та «Губернське золото», а також ті, які потребують додаткового просування через маркетингові інструменти або повної ліквідації з асортиментної лінійки. В результаті факторного аналізу причин скорочення обсягів виробництва, виявлено, що негативний вплив відбувся через скорочення працівників на 42%.

Отже, ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» потребує заходів для покращення ефективності діяльності та збільшення товарообігу підприємства в цілому.

3.2. Заходи, спрямовані на збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Товарообіг ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» є індикатором розміру торговельно-виробничої діяльності підприємства, а також фінансовим індикатором торгово-збутової компанії діяльності. Даний інструмент для вимірювання обсягу проданих товарів є основним валовим показником ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», який характеризує результат його діяльності по вилученню споживчих грошей. Він характеризує обсяг ділової активності, який залежить від рівня комерційного доходу і прибутку.

На основі проведеного дослідження в даній роботі, вважаємо, що зростання обсягу товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», можливе при виконанні наступних умов ефективного управління:

1. Планування обсягів товарообігу відповідно до основної стратегії діяльності підприємства, яка передбачає взаємозв'язок темпів розвитку товарообігу з розвитком регіонального споживчого ринку та змінами його кон'юнктури, а також планування об'єму реалізації товарів, що забезпечує необхідну суму прибутку.

2. Формування ефективної політики товарного забезпечення товарообігу, яка передбачає планування структури товарообігу, що найкраще відповідає потребам контингенту споживачів, що обслуговують підприємство, а також забезпечення об'єму та структури постачання товарів і суми товарних запасів, що забезпечать ритмічну роботу та стабільний асортимент товарів.

3. Формування ефективної цінової політики ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», при цьому можливі два основних напрямки збільшення розміру товарообігу:

зростання ціни реалізації окремих видів товарів, проте можливості використання цього резерву обмежені конкурентною ціною реалізації відповідних товарів;

зниженні ціни реалізації окремих видів товарів при умові зростання кількості реалізованих товарів за рахунок залучення додаткових покупців або зростання обсягу придбання товарів одним покупцем.

4. Забезпечення ефективного використання наявного ресурсного потенціалу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», що виявляється, насамперед, у ефективному використанні наступних складових:

- ефективне використання трудового потенціалу при цьому до зростання розмірів товарообігу підприємства може призвести збільшення чисельності торгово-оперативного персоналу підприємства; скорочення питомої ваги в складі персоналу апарату управління, допоміжного та обслуговуючого персоналу;

- зростання продуктивності праці персоналу підприємства, при умові збереження якості обслуговування покупців;

- ефективне використання матеріально-технічної бази підприємства, при цьому важливими умовами збільшення розміру товарообігу є забезпечення підприємства необхідними основними фондами, що відповідають ринковим умовам та можуть забезпечити необхідну якість торговельного обслуговування;

- ефективне використання фінансових ресурсів, адже чим більший запас фінансової стійкості підприємства, тим краще здійснюється процес управління товарообігом підприємства;

- забезпечення потреби торговельного підприємства обіговими коштами та прискорення обіговості обігових активів сприяє вивільненню фінансових ресурсів, що дає можливість збільшити обсяги діяльності підприємства.

5. Ефективна асортиментна політика ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», яка відповідає щонайкраще маркетинговим вимогам покупців, а також підвищення якості торговельного обслуговування та надання додаткових послуг покупцям в процесі придбання товарів.

Для того щоб виявлені проблеми були усунені необхідно в повній мірі використовувати фактори успіху, які були виявлені на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (рис. 3.5).



Рисунок 3.5– Фактори успіху ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»»

Отже, підприємству задля ефективного управління товарообігом необхідно звернути увагу на покращення показників фінансової складової збалансованої системи показників. Негативні тенденції проявляються у таких показниках як темп росту товарообороту, рівня витрат обігу, а також доходу від продажу товарів.

Для того, щоб визначити взаємозв'язок та взаємодоповнення цих показників необхідно скласти стратегічну карту підвищення рівня управління товарооборотом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»», де буде вказано, як ці показники пов'язані між собою та як цей зв'язок впливає на ефективність управління діяльністю підприємства.

Стратегічна карта виконує комунікативну функцію, тобто пояснює всім зацікавленим сторонам зміст стратегії підприємства, тому карта повинна бути побудована так, щоб створювалося зрозуміле й переконливе уявлення про

стратегію. Для того щоб стратегічна карта перетворилася на інструмент управління реалізацією стратегії, необхідно:

розробити показники, за допомогою яких можна виміряти цілі;

установити цільові значення показників;

розробити комплекс стратегічних заходів, проектів, які забезпечать досягнення цілей;

упровадити збалансовану систему показників, забезпечивши регулярне надходження даних для моніторингу цільових показників формування звітності.

Розроблена стратегічна карта повністю відповідає вищезазначеним вимогам і дійсно є інструментом стратегічного управління товарообігом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Результатом наведених рекомендацій повинно стати збільшення обсягу товарообігу. Проведемо розрахунок мінімального рівня товарообороту, який забезпечить безперебійну діяльність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» в наступному підрозділі.

3.3. Економічне обґрунтування розміру товарообігу, що забезпечує запас фінансової міцності для підприємства

За результатами проведеного дослідження ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» розробимо план продажів, що буде сприяти реалізації цілей економічного зростання підприємства та забезпечить запас фінансової міцності підприємства.

Для знаходження точки беззбитковості у натуральному виразі кількість одиниць реалізованої продукції позначимо через x та підставимо у рівняння:

Ціна одиниці * X = Змінні витрати на одиницю * X + Постійні витрати

$$45 * X = 16 * X + 409777$$

$$45X - 16X = 409777$$

$$30X = 409777$$

$$X = 14130 \text{ тис.шт}$$

Тоді точка беззбитковості у грошовому виразі складатиме:

14130 шт * 45 грн. = 635850 тис.грн.

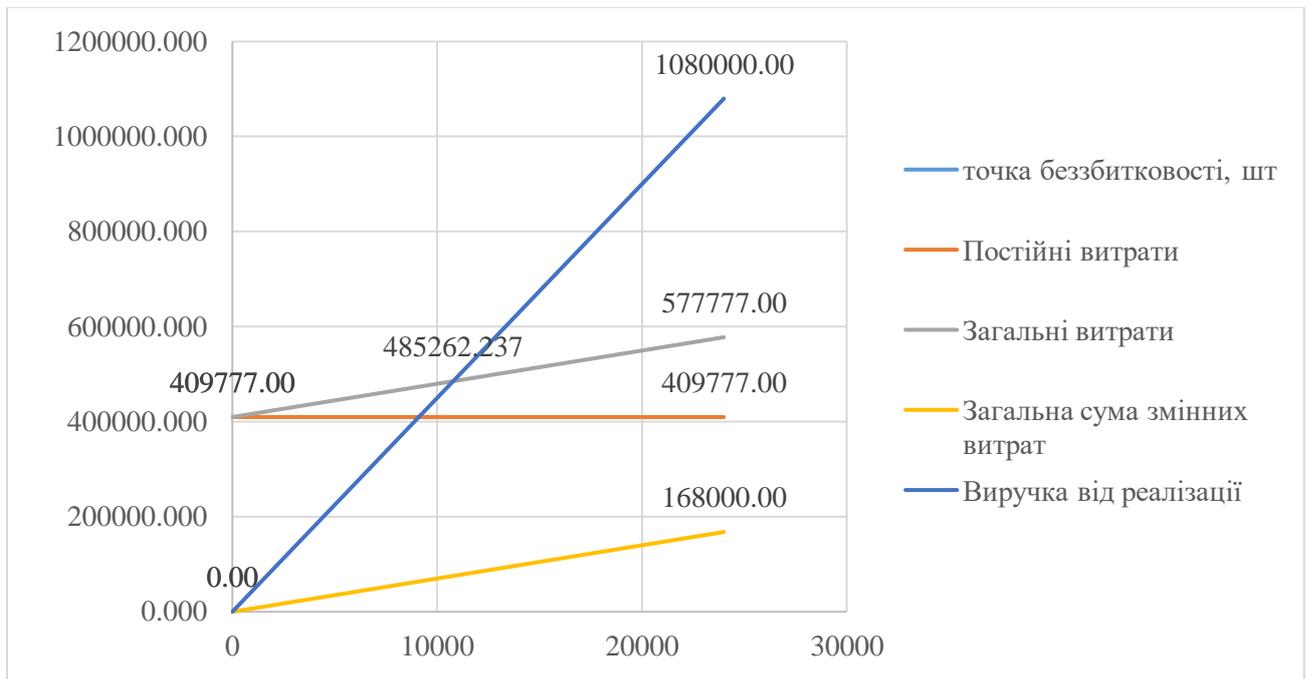


Рисунок 3.6 — Точка беззбитковості в натуральному виразі.

Отже, підприємству потрібно реалізовувати щонайменше 14130 тис.шт продукції з середнім чеком по ціні 45 грн (вцілому 635850 тис.грн), для того щоб покривати витрати.

Розрахуємо запас міцності для ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за формулою:

Запас міцності = фактичний обсяг продажу – точка беззбитковості

Запас міцності в натуральному вираженні = 341300 – 14130 = 4000 шт

Запас міцності в грошовому вираженні = 876453– 635850 = 240603 тис.грн

Отже, рівень поточної діяльності підприємства, що перевищує точку беззбитковості становить продажі в кількості 4000 шт та грошовий еквівалент 4800000 грн. Тобто це максимально припустимий розмір зниження виручки підприємства без загрози одержання збитків або необхідну величину збільшення обсягу продажу для досягнення беззбиткового рівня роботи.

Розрахунок товарообігу проведемо економіко-статистичним методом. На основі аналізу продажів звітного року, розрахуємо показники на планований рік.

Так, товарообіг звітного року ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» становив: 579927,00 тис.грн. Оскільки прибуток по точці беззбитковості повинен бути

щонайменше 635850,00 грн, отже у плановому році товарообіг планується збільшити на 9%.

Тепер розрахований план товарообігу на рік та розподілимо його по кварталах (3.3):

$$P_i = P \times \text{ПВ} / 100\%, \quad (3.3)$$

де P - обсяг річної реалізації;

ПВ - питома вага

$$P_1 = (635850 \times 13,35\%) / 100\% = 90581,7 \text{ тис.грн}$$

$$P_2 = (635850 \times 18,14\%) / 100\% = 123082,5 \text{ тис.грн}$$

$$P_3 = (635850 \times 45,56\%) / 100\% = 309131,2 \text{ тис.грн}$$

$$P_4 = (635850 \times 22,94\%) / 100\% = 155651,2 \text{ тис.грн}$$

Результати розрахунків представимо у вигляді табл.3.6.

Таблиця 3.6 — Розрахунок товарообігу по кварталах ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Квартали	2019р.		Плановий рік		Зміна
	тис. грн	Питома вага,%	тис. грн	Питома вага,%	Абсолютна
I	77420,3	13,35	84885,98	13,35	7465,72
II	105199	18,14	115343,2	18,14	10144,43
III	264215	45,56	289693,3	45,56	25478,52
IV	133035	22,94	145864	22,94	12828,74
Разом за рік	579927	100	635850	100	55923,00

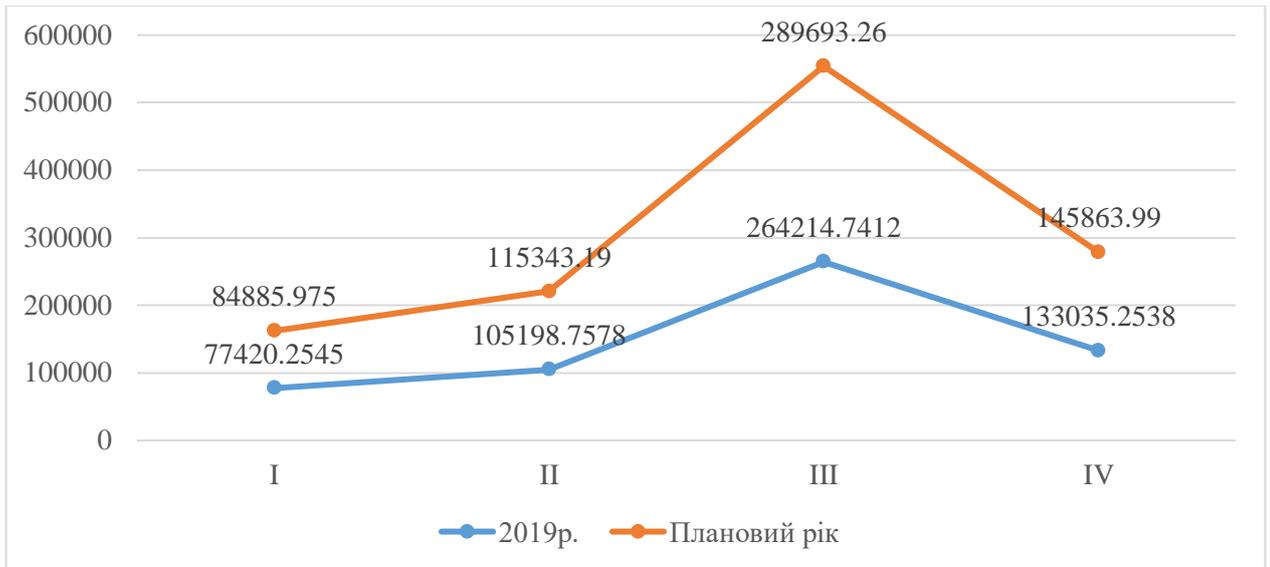


Рисунок 3.7 — Квартальна структура товарообігу в прогнозованому періоді

Як видно з табл.3.6, всі показники розраховані з урахуванням сезонності, так на III квартал доводиться максимальний обсяг товарообігу в плановому році – 289693,3 тис.грн .

Отже, підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити висновок, що коефіцієнт запасу міцності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» знаходиться в межах реалізації 4000 тис. одиниць продукції по середній ціні 45 грн/од, в грошовому вимірі цей показник знаходиться в межах 240603 тис.грн. Тоді як точка беззбитковості складає 635850 тис.грн. або 14130 од продукції.

Вцілому, запропоновані заходи щодо збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» не лише покращать збільшать обсяг реалізації продукції, але і покращать фінансові показники підприємства вцілому.

ГЛОСАРІЙ

1. Активи — все, чим володіє підприємство і що йому належить — оборотний капітал, основний капітал, нематеріальні активи.
2. Активи нематеріальні — засоби, що не мають фізичної, відчутної форми, але дають підприємству (фірмі і т. п.) дохід. Це, як правило, різні права підприємств (фірми і т. п.), наприклад, патенти, товарні знаки, торгові марки, авторські права, ліцензії тощо.
3. Акціонерне товариство — компанія, що є юридичною особою, капітал якої складається з внесків пайовиків — акціонерів і засновників. Це форма організації виробництва на основі залучення коштів шляхом продажу акцій. Існують закриті і відкриті акціонерні товариства.
4. Баланс — система взаємопов'язаних показників, яка характеризує будь-яке явище або процес шляхом співставлення його окремих сторін; різниця між доходами і витратами
5. Бізнес-план підприємства — структурований план основних аспектів діяльності розвитку підприємства, розроблюваний на основі стратегії підприємства.
6. Валова виручка — повна сума грошових надходжень від реалізації товарної продукції, робіт, послуг і матеріальних цінностей.
7. Валова продукція — показник, що характеризує випуск підприємством (фірмою і т. п.) всієї продукції за певний період.
8. Валовий дохід — кінцевий результат діяльності підприємства, який є різницею між валовою виручкою та усіма витратами на виробництво та реалізацію продукції
9. Виробнича програма — система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.
10. Виробничі запаси — предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться на складах підприємств у вигляді запасів.

11. Витрати майбутніх періодів — витрати на підготовку та освоєння нової продукції, що мають місце в даний період, але будуть погашені в майбутньому.

12. Готова продукція — сукупність повністю виготовлених на підприємстві виробів і продуктів, які фактично відпущені або призначені для відпуску на сторону (реалізацію).

13. Елементи витрат — це первинні однорідні витрати затрат на виробництво продукції; формуються відповідно до їх економічного змісту, є однаковими для всіх галузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.

14. Ефект — це результат будь-якого заходу, який найчастіше виражається певною грошовою сумою (чиста продукція, прибуток підприємства, національний дохід).

15. Ефективність — це відносна величина, що характеризує результативність будь-яких затрат.

16. Життєвий цикл підприємства (фірми, компанії) — загальний період часу від початку діяльності підприємства до природного припинення його існування або відродження на новій основі (з новим складом власників і керівного персоналу; з принципово новою продукцією, технологією та ін.). Змінні витрати — витрати, що змінюються разом із зміною обсягу виробництва продукції; поділяються на пропорційні та непропорційні.

17. Знос основних фондів — поступова втрата основними фондами їх корисних властивостей.

18. Зовнішнє середовище — зовнішні умови та чинники здійснення підприємницької діяльності, що не залежать від підприємства, організації, але мають бути обов'язково враховані ними при розробці стратегії розвитку, бізнес-плану тощо.

19. Калькуляція собівартості продукції — документ, який відображає сукупність витрат на виробництво і реалізацію одиниці продукції; формується на основі калькуляційних статей витрат.

20. Капітал — сукупність матеріальних та грошових коштів, а також інтелектуальних здобутків, використовуваних у процесі виробництва та інших сферах діяльності з метою отримання прибутку. У більш вузькому значенні — активи фірми (підприємства) за мінусом її зобов'язань (заборгованості).

21. Капітал статутний — початкова сума капіталу підприємства, яка визначена його статутом і формується за рахунок внесків засновників та емісій акцій.

22. Командитне товариство (франц. — товариство на вірі) — вид господарської організації, яка включає, поряд з учасниками, що несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, одного або кількох учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

23. Комерційна таємниця — це сукупність науково-технічної, виробничо-господарської та фінансово-економічної інформації про діяльність підприємства; її розголошення може завдати шкоди його інтересам.

24. Комерційний економічний ефект — результат, який дає можливість оцінити ефективність впровадження технічних новинок із врахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників та підприємств-споживачів; обчислюється на окремих стадіях життєвого циклу нововведення.

25. Метод Дельфі — анкетне опитування спеціалістів в певній галузі знань, на основі якого формується діапазон думок експертів, що відображає їх колективну думку щодо вибраної проблеми.

26. Місія підприємства — комплексна мета, для якої підприємство створене і функціонує на ринку; включає як зовнішні (пов'язані з конкуренцією), так і внутрішні (підвищення продуктивності) орієнтири діяльності.

27. Моральне зношування основних фондів — це передчасне (до закінчення строку фізичної служби) обезцінення основних фондів, викликане або здешевленням відтворення основних фондів (моральне зношування першого

роду), або використанням більш продуктивних засобів праці (моральне зношування другого роду).

28. Нематеріальні активи — цінності, що не є фізичними об'єктами, але мають вартість, оцінку (патенти, ліцензії, ноу-хау, товарні знаки); права власності і захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства та їх використання в господарській діяльності з метою одержання прибутку.

29. Нематеріальні ресурси підприємства — це складова частина потенціалу підприємства, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого періоду і має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобування доходів та не визначені майбутні розміри цих доходів.

30. Неплатоспроможність — неспроможність підприємства (фірми) своєчасно платити за своїми фінансовими зобов'язаннями.

31. Непрямі витрати — витрати, що пов'язані з виготовленням різних виробів і не можуть прямо відноситись на тон чи інший вид продукції; до них належить заробітна плата управлінського та обслуговуючого персоналу, витрати на утримання та експлуатацію основних фондів тощо.

32. Оборотні фонди — це частина виробничих фондів підприємства, які повністю споживаються в кожному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю переносять свою вартість на вартість цієї продукції.

33. Оборотність оборотних коштів — рух оборотних коштів, у якому грошові кошти авансуються на утворення виробничих запасів, незавершене виробництво, створення запасів готової продукції, для розрахунків з партнерами і заново повертаються на підприємство в початковій грошовій формі.

34. Операційний прибуток — це балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат; до інших операційних доходів належать доходи від оренди майна, реалізації оборотних активів, операційних курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів тощо.

35. Повна собівартість — всі затрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції, виражені в грошовій формі.

36. Рентабельність — узагальнюючий показник економічної ефективності виробництва, що характеризує співвідношення між результатами виробничо-господарської діяльності і затратами на виробництво продукції, тобто показує доходність, прибутковість.

37. Товар - все, що може задовольнити потребу і пропонується на ринку з метою залучення уваги, придбання або використання, споживання.

38. Товари короткочасного користування - матеріальні вироби, повністю споживані за один або кілька циклів використання.

39. Товари особливого попиту - товари з унікальними характеристиками чи окремі марочні товари, заради придбання яких значна частина покупців готова витратити додаткові зусилля.

40. Товари пасивного попиту - товари, про які споживач знає, але зазвичай не думає про їх придбання.

41. Товари повсякденного попиту - товари, які споживач зазвичай купує часто, без роздумів і з мінімальними зусиллями на їхнє порівняння між собою.

42. Товари тривалого користування - матеріальні вироби, які зазвичай витримують багаторазове використання.

43. Товарна номенклатура - сукупність всіх асортиментних груп товарів і товарних одиниць, пропонованих покупцям конкретним продавцем.

44. Товарна одиниця - це відокремлена цілісність, яка характеризується показниками величини, ціни, зовнішнього вигляду та інших атрибутів товару.

45. Товарна продукція — продукція підприємства, яка виготовлена за певний період і призначена для реалізації на сторону.

46. Товарний асортимент - це сукупність асортиментних груп товарів, які пропонує підприємство.

47. Товарний знак - це марка або її частина, забезпечена правовим захистом. Товарний знак захищає виняткові права фірми на користування марочним найменуванням або марочним знаком.

48. Товарно-видові конкуренти - різновиди одного і того ж товару, здатних задовольнити конкретне бажання покупця.

49. Товарно-родові конкуренти - основні способи задоволення якого-небудь конкретного бажання.

50. Товарорух - діяльність з планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місць їх походження до місць використання з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для себе.

51. Управління підприємством — цілеспрямоване керівництво усіма підрозділами і ланками підприємства для організації і координації їхньої діяльності в процесі постачання, виробництва і реалізації (збуту продукції).

52. Управління якістю продукції — це дії, спрямовані на встановлення, забезпечення і підтримку необхідного рівня якості продукції в процесі її проектування, виробництва та експлуатації.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В даній роботі проведено дослідження товарообігу підприємства, а саме процесу його формування та вдосконалення. Відповідно до поставлених завдань, можна зробити наступні висновки:

1) надано економічну характеристику товарообігу, його складу та класифікації. Торгівля є одним з найважливіших показників економічної діяльності торгових компаній і важливим фактором забезпечення сталого економічного зростання для всієї країни. Кількісні та якісні характеристики товарів, які переходить з області виробництва в область споживання, відображаються в показниках товарообігу. А сама торговельна діяльність полягає в просуванні товарів від виробника до споживача за допомогою продажу товарів за гроші, при цьому наявність торгової діяльності визначається продажами і оборотом;

2) розглянено особливості планування товарообігу підприємства. На основі проведеного дослідження, можна зробити висновок, що планування товарообігу – це обґрунтування необхідного обсягу товарообігу на заданий період і його подальше узгодження з прогнозованою вартістю можливого товарообігу з урахуванням існуючих обмежень, термінів і, на основі цього, розробка бюджетів і визначення квот продажів. Прогноз товарообігу, в свою чергу, являє собою змінне обґрунтування можливого обсягу продажів за певний період часу на основі очікуваної інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище компанії та історичних даних за минулі періоди, необхідних з урахуванням уточнених потреб компанії;

3) обґрунтовано методи оцінки та аналізу структури товарообігу підприємства. На товарообіг підприємства впливають не лише індивідуальні показники товарообороту, але і фінансова діяльність підприємства в цілому;

4) наведено аналіз стану та перспектив розвитку пивного ринку в Україні. Востанні роки в Україні, як і в світі, зменшилася частка великих гравців на ринку пива і збільшився обсяг крафтових виробників. Ця технологія дозволяє

швидко визначати і задовольняти потреби споживачів. Основними тенденціями зміни споживчих потреб є поляризація споживчих переваг з виділенням продуктів з преміального і економічного сегментів в портфель, а також переорієнтація на якісні брендові продукти, що відповідають принципам здорового способу життя та екологічності;

5) проаналізовано організаційно-правові основи діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво». В основу організаційної структури ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» покладено принцип розподілення повноважень і відповідальності за функціями та прийнятті рішень по вертикалі. Лінійно-функціональна структура дозволяє організувати управління за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій. Функціональні керівники мають право безпосередньо впливати на виконавців;

б) проведено аналіз основних економічних та фінансових показників діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво». Можна зробити висновок про погіршення ефективності управління діяльністю підприємством, що призвело до скорочення ключових показників: прибутковості, продуктивності та рентабельності. Про те варто врахувати і те, що підприємство все ж отримує позитивний фінансовий результат у вигляді прибутку, а не збитку, скоротило терміни обігу активів та запасів, а також дебіторської заборгованості;

7) досліджено стан охорони праці ПАТ «Фірма «Полтавпиво». Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити висновок про ефективність системи охорони праці. Що виражено рівнем скорочення травматизму, підвищенням безпеки робочого місця працівників, а також достатньою кількістю спеціалістів у відділі охорони праці;

8) проведено аналіз товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та факторів, що визначають його обсяг та структуру. Товарообіг ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має тенденцію до скорочення на 22,59% у 2019 р. порівняно з 2017 р. За рахунок зменшення обсягу виробництва по всім категоріям асортиментної групи. Асортиментна структура складається з трьох груп – пиво, квас та

безалкогольні сильно газовані напої. Результат ABC аналізу вияви групи товарів, які є ключовими в товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» - це «Нефільтроване солодове» та «Полтавське міцне» Гелон» та «Губернське золото», а також ті, які потребують додаткового просування через маркетингові інструменти або повної ліквідації з асортиментної лінійки. В результаті факторного аналізу причин скорочення обсягів виробництва, виявлено, що негативний вплив відбувся через скорочення працівників на 42%;

9) запропоновано заходи, спрямовані на збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Отже, підприємству задля ефективного управління товарообігом необхідно звернути увагу на покращення показників фінансової складової збалансованої системи показників. Негативні тенденції проявляються у таких показниках як тем росту товарообороту, рівня витрат обігу, а також доходу від продажу товарів.

Для того, щоб визначити взаємозв'язок та взаємодоповнення цих показників необхідно скласти стратегічну карту підвищення рівня управління товарооборотом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», де буде вказано, як ці показники пов'язані між собою та як цей зв'язок впливає на ефективність управління діяльністю підприємства.

Стратегічна карта виконує комунікативну функцію, тобто пояснює всім зацікавленим сторонам зміст стратегії підприємства, тому карта повинна бути побудована так, щоб створювалося зрозуміле й переконливе уявлення про стратегію. Для того щоб стратегічна карта перетворилася на інструмент управління реалізацією стратегії, необхідно:

- розробити показники, за допомогою яких можна виміряти цілі;
- установити цільові значення показників;
- розробити комплекс стратегічних заходів, проектів, які забезпечать досягнення цілей;
- упровадити збалансовану систему показників, забезпечивши регулярне надходження даних для моніторингу цільових показників формування звітності.

Розроблена стратегічна карта повністю відповідає вищезазначеним вимогам і дійсно є інструментом стратегічного управління товарообігом ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»;

10) наведено економічне обґрунтування розміру товарообігу, що забезпечує запас фінансової міцності для підприємства. Отже, коефіцієнт запасу міцності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» знаходиться в межах реалізації 4000 тис. одиниць продукції по середній ціні 45 грн/од, в грошовому вимірі цей показник знаходиться в межах 240603 тис.грн. Тоді як точка беззбитковості складає 635850 тис.грн. або 14130 од продукції.

Вцілому, запропоновані заходи щодо збільшення товарообігу ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» не лише покращать збільшать обсяг реалізації продукції, але і покращать фінансові показники підприємства вцілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України : за станом на 20 квітня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 15 «Дохід» : за станом на 22 квітня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0860-99>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №4 «Звіт про рух грошових коштів» : за станом на 16 липня 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0398-99>
4. Абрютина М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: [учеб. пособие] / М.С. Абрютина. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2010. – 464 с.
5. Апопій В. В., Шалева О. І., Гуштан Т. В. Тенденції розвитку спеціалізації у роздрібній торгівлі України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 (1). С. 18–22.
6. Баркан Д.И. Управление продажами: [учебник] / Д.И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Издат. дом С.Петербур. гос. унта, 2007. — 908 с.
7. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – [2-е изд., перераб. и доп.] – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
8. Большая советская энциклопедия : [в 30 т.] / [гл. ред. А.М. Прохоров]. - [3-е изд.]. - М. : «Советская энциклопедия». - Т.26. - 1977. – 624 с.
9. Височин І. В. Економіка підприємства торгівлі (у схемах та таблицях) : навч. посіб. / І. В. Височин, Н. М. Новікова, І. М. Вавдійчик. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 428 с.

10. Височин І. В. Роздрібний товарооборот підприємств як індикатор соціально-економічного розвитку України [Текст] / І. В. Височин // Економіка України. – 2013. – № 7. – С. 34–43
11. Височин І.В. Класифікація методів прогнозування товарообороту підприємств роздрібної торгівлі / І.В. Височин // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла ТуганБарановського. Серія "Економічні науки". — 2011. — №4 (52). — С. 199—207.
12. Височин І.В. Удосконалення методичних підходів до прогнозування товарообороту підприємств роздрібної торгівлі / І.В. Височин // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла ТуганБарановського. Серія "Економічні науки". — 2011. — №3 (51). — С. 182—189.
13. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту [Текст] + [Електронний ресурс] / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. – 2009. – №4. – С.52-55
14. Голошубова Н. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні. Товари і ринки. 2013. № 1. С. 16– 28.
15. Гринів Б. В. Економічний аналіз торговельної діяльності [Текст] : навч. посібник / Б. В. Гринів. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – Київ : Центр учб. л-ри, 2012. – 392 с.
16. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Джоббер Д. Продажи и управление продажами: [учеб. пособие для вузов] / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. — М.: ЮНИТИДАНА, 2002. — 622 с
18. Економічний енциклопедичний словник : [у 2 т] / [С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій] ; за ред. С.В. Мочерного. – Львів : Світ, 2005. - Т. 1. - 2005. – 616
19. Карнаушенко А. С. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку роздрібного товарообороту в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 1. С. 43–48

20. Костакова Л. Д. Роздрібний товарооборот України та його тенденції [Текст] / Л. Д. Костакова, В. М. Воловик // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 5. – С. 52–54
21. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру [Текст] : лучшие приемы и методы / Филип Котлер, Роланд Бергер, Нильс Бикхофф ; пер. с англ. И. Матвеева. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2015. – 132 с.
22. Крамченко Л.І. Статистика ринку товарів та послуг: [навч. посіб.] / Л.І. Крамченко. – Львів, вид-во ЛКА, 2002. – 188 с
23. Лігоненко Л. О. Контролінг у торгівлі [Текст] : монографія / Л. О. Лігоненко, О. А. Вержбицький. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 268 с.
24. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : [підруч. для вузів] / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко. – К. : «Хрещатик», 1999. – 800 с.
25. Марцин В. С. Товарооборот місцевих ринків / В. С. Марцин // Економіка торгівлі : Підручник / В. С. Марцин. – Київ : Знання, 2006. – С.174-182
26. Международные рекомендации по статистике оптовой и розничной торговли : Статистические документы. – Нью-Йорк : Организация Объединенных Наций. - 2010. – 198 с.
27. Обсяг продажу і запаси товарів у торговій мережі підприємств роздрібної торгівлі по регіонах у 2019 році : стат. зб. Київ : Державна служба статистики України, 2020. 124 с.
28. Офіційний сайт ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» URL: <http://poltavpivo.com/ua/>
29. Протопопова В. Проблеми удосконалення короткострокового прогнозування розвитку товарообігу підприємства / В. Протопопова, О. Вожжова // Торговля і ринок України. Вип.10. Т.2 : Тематичний збірник наукових праць з проблем торгівлі і громадського харчування / відповід. ред. І. В. Сорока. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2000. – С.302-307.
30. Протопопова Т.О. Механізм управління товарооборотом: проблеми

вдосконалення // Вісник Хмельницького національного університету 2013, № 3, Т. 2. – С. 157-160.

31. Прыгун И.В. Методологический и методический подходы к обоснованию прогнозных показателей раз" вития розничного товарообіга/ И. Прыгун// Научные труды ДонНТУ. — 2016. — Выпуск 30. — С. 63—68.

32. Рибнікова Н.О. Нова парадигма планування діяльності підприємства: актуальність створення та можливість впровадження / Н. О. Рибнікова // Відповідальна економіка: Науковопопулярний альманах / Громадська організація "Ініціатива зі сприяння екологоекономічній інтеграції"; С. Р. Рибніков, Н. О. Рибнікова (ред.). — Луганськ: СПД Резніков В. С., 2019. — Вип. 1. — С. 83—89

33. Ровенська В. В., Буркацький Ю. Ю. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. Економічний вісник Донбасу. 2019. № 2 (56). С. 145–149.

34. Саймон Г. Менеджмент в организациях / Г. Саймон, Д. Смитбург, В. Томпсон. — М.: Экономика, 1995. — 335 с. 9. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: [підруч. для вузів] / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко. — К.: Хрещатик, 1999. — 800 с.

35. Саталкина Н.И. Экономика торговли : [учеб. пособие] / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. – М. : ФОРУМ, 2011. – 232 с. – (Профессиональное образование).

36. Ситник Г. В. Планування товарообороту підприємства торгівлі на основі портфельного підходу [Текст] / Г. В. Ситник // Економічний часопис—XXI. – 2013. – № 11/12. – С. 70—74

37. Словники на Академіку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/47718> 15. Black J. Dictionary of Economics/ Black J. — Second edition — Oxford University Press, 2015. — 507 p.

38. Сотніченко О. А. Товарообіг країни та фактори, які на нього впливають [Текст] / О. А. Сотніченко // Економіка та держава. – 2012. – № 3. – С. 94–97.

39. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання : монографія / за заг. ред. Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 379 с.
40. Статистика рынка товаров и услуг : [учебник] / [И.К. Беляевский, Г.Д. Кулагина, Л.А. Данченко и др.] ; под ред. И.К. Беляевского. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М. : Финансы и статистика, 2002. – 656 с.
41. Тарасюк Г.М. Контроль в системі управління плановою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / Г.М. Тарасюк. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/PORTAL/soc_gum/ptmbo/2010_1/30.pdf
42. Ткаченко Н. Основні завдання та інструменти контролінгу фінансової стійкості страхової компанії [Текст] / Н. Ткаченко // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 3. – С. 38–43
43. Товарооборот як загальноекономічний показник та результат діяльності суб'єктів підприємницької діяльності у сфері торгівлі [Текст] / Н. О. Власова, В. А. Гросул, Н. С. Краснокутська, [та ін.] // Економіка торгівлі [Текст] : навч. посібник / Н. О. Власова, В. А. Гросул, Н. С. Краснокутська, [та ін.]. – Харків : Світ книг, 2015. – С. 113–166.
44. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / [Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 334 с
45. Харченко М.О. Вплив просторового розміщення продуктивних сил в системі середньої освіти на показники регіональної економіки / М.А. Харченко // Вісник Одеського національного університету. – 2016. – Том 19, випуск 2. – С. 227-231.
46. Хорунжак Н. Сучасні підходи до категоріального визначення та організації обліку нематеріальних активів. Регіональна економіка. 2001. № 2. С. 67–76.
47. Хорунжий М.Й. Завдання національної аграрної політики на сучасному етапі / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. — 2014. — № 2. — С. 22—29. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2014_2

48. Чевганова В. Я. Проектний аналіз [Текст] : навч. посібник / В. Я. Чевганова, В. В. Биба, А. С. Скрильник. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 258 с
49. Череп А.В. Дослідження сутності економічної категорії «трудоий потенціал» у менеджменті різних рівнів / А.В. Череп, Я.О. Зубрицька // Вісник ЗНУ: зб. наук. праць: Економічні науки. – 2010. – № 4 (8). – С. 90-95.
50. Череп А.В. Основи формування трудового потенціалу в державі, регіоні, на підприємстві / А.В. Череп, Я.О. Зубрицька // Вісник ЗНУ. Економічні науки. – 2011. – № 1(9). – С. 243-254.
51. Чечетова-Терашвілі Т. М. Теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». НАН України. Харків, 2018. – 477 с.
52. Чорна Л. О. Обсяги товарообороту та цінова політика учасників системи реалізації продукції підприємств харчової промисловості + [Електрон. ресурс] / Л. О. Чорна // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. – N12. – С.18-24.
53. Чуб Ю. В. Управління нематеріальними активами підприємств АПК: Автореферат дис. канд.екон.наук / 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Суми: Сумський НАУ, 2012. – 22 с. 14.
54. Чухно І.А. Малий бізнес та його роль в контексті територіального розвитку // Публічне управління XXI століття: світові практики та національні перспективи : зб. тез XVIII Міжнар. наук. конгресу, 26 квітня 2018 р. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2018. – С. 437-440
55. Шевченко І.Ю. Аналіз методичних підходів до оцінки трудового потенціалу / І.Ю. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/ cgiirbis_64.exe?pdf.
56. Штефан В. Г. Удосконалення методології планування товарообороту на підприємствах торгівлі в контексті відновлення заробітною платою відтворювальної та стимулюючої функцій / В. Г. Штефан // Регіональні перспективи. Вип. 3-5 : Науково-практичний журнал: Тема номеру "Методологія

та практика менеджменту на порозі ХХІ століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти". – м.Кременчук : Асоціація "Перспектива", 2004. – С.343-345

57. Шульський М. Г. Сучасний стан сільського господарства в Україні / М.Г. Шульський, Г.І. Бодак // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. — 2011. — Том 13. — № 2 (48), ч. 3. — С. 145—148

58. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: [учеб. пособ.] / [Е.А. Карпенко, В.А. Ларионова, Л.А. Ольхова и др.]. — М.: АльфаМ: ИНФРА-М, 2010. — 224 с.

59. Юсипович О. І. Економічні ризики та їх вплив на товарооборот [Текст] + [Електронний ресурс] : автореф. дис. :08.00.04 / О. І. Юсипович. – Львів : Львів. комерц. акад., 2007. – 17 с.

60. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій : Навч. посібник / Ю. П. Яковлев. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 376 с.

61. Яновський В. У перспективі - 10-мільярдний товарообіг [Текст] / В. Яновський // Діловий вісник. – 2010. – №9. – С.7.

62. Ясишена В. В. Економічний зміст та класифікація нематеріальних активів для цілей бухгалтерського обліку // [Електронний ресурс] // Ефективна економіка, 2013. – № 8 – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=222>

Додаток Б

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	955	936	0
первісна вартість	1001	1805	1888	0
накопичена амортизація	1002	850	952	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	78083	94398	0
первісна вартість	1011	188070	214983	0
знос	1012	109987	120585	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	1158	1097	0
первісна вартість	1016	1515	1515	0
знос	1017	357	418	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	50	193	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	80246	96624	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	91574	107737	0
Виробничі запаси	1101	61271	93132	0
Незавершене виробництво	1102	2141	1848	0
Готова продукція	1103	27199	12033	0
Товари	1104	963	724	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	76705	88784	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	2625	6442	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5003	12211	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	48316	32880	0
Готівка	1166	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	36	49	0
Усього за розділом II	1195	224259	248103	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	304505	344727	0

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	31827	31827	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2733	2733	0
Додатковий капітал	1410	4737	4831	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	8543	8543	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	211720	251425	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	259560	299359	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	22	0	0
за довгостроковими зобов'язаннями				
за товари, роботи, послуги	1615	37527	37542	0
за розрахунками з бюджетом	1620	450	1152	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	4810	4004	0
за одержаними авансами	1635	0	23	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	2136	2647	0
Усього за розділом III	1695	44945	45368	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	304505	344727	0

Примітки

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	627639	568070
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(512966)	(459602)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	114673	108468
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	10157	26142
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(26254)	(25289)
Витрати на збут	2150	(38195)	(33689)
Інші операційні витрати	2180	(14774)	(22041)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	45607	53591
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	2728	990
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(132)	(35)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	48203	54546
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8498	-9504
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	39705	45042
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	39705	45042

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	457603	410605
Витрати на оплату праці	2505	54664	52287
Відрахування на соціальні заходи	2510	11709	19189
Амортизація	2515	11034	11579

Інші операційні витрати	2520	49434	32185
Разом	2550	584444	525845
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	2448194	2448194
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	2449194	2448194
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	16.2181	18.3981
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	16.2181	18.3981
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки

Керівник Плаксіє Валерій Ігорович

Головний бухгалтер Горбачова Наталія Валеріївна

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за 2018 рік**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	706464	633942
Повернення податків і зборів	3005	18772	15393
у тому числі податку на додану вартість	3006	14977	15393
Цільового фінансування	3010	0	0
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	2624	624
Надходження від повернення авансів	3020	0	0
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	2728	977
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	836	587
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	4433	3038
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(579853)	(527809)
Праці	3105	(46115)	(42024)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(10977)	(19573)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(25198)	(19878)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(12572)	(10143)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(0)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(12435)	(9735)
Витрачання на оплату авансів	3135	(5050)	(5954)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(0)	(0)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(0)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(0)	(0)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(0)	(0)
Інші витрачання	3190	(80564)	(11343)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	-11900	27980
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	0	0
Надходження від отриманих:	3215	0	0
відсотків			
дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	0	0
Витрачання на придбання:	3255	(0)	(0)
фінансових інвестицій			
необоротних активів	3260	(4062)	(2022)
Виплати за деривативами	3270	(0)	(0)
Витрачання на надання позик	3275	(0)	(0)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(0)	(0)
Інші платежі	3290	(0)	(0)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-4062	-2022
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	0	0
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	0

Витрачання на:	3345	(0)	(0)
Викуп власних акцій			
Погашення позик	3350	0	0
Сплату дивідендів	3355	(0)	(0)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(0)	(0)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(0)	(0)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(0)	(0)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(0)	(0)
Інші платежі	3390	(0)	(0)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	0	0
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-15962	25958
Залишок коштів на початок року	3405	48316	16145
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	526	6213
Залишок коштів на кінець року	3415	32880	48316

Примітки**Керівник**

Плаксій Валерій Ігорович

Головний бухгалтер

Горбачова Наталія Валеріївна

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2019 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	936	858	0
первісна вартість	1001	1888	1905	0
накопичена амортизація	1002	952	1047	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	94398	153853	0
первісна вартість	1011	214983	288028	0
знос	1012	120585	134175	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	1097	1767	0
первісна вартість	1016	1515	2628	0
знос	1017	418	861	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	193	100	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	96624	156578	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	107737	79229	0
Виробничі запаси	1101	93132	62877	0
Незавершене виробництво	1102	1848	2665	0
Готова продукція	1103	12033	13238	0
Товари	1104	724	448	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	88784	80652	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	6442	514	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12211	19540	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	32880	46538	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	49	0	0
Усього за розділом II	1195	248103	226473	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	344727	383051	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	31827	31827	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2733	2733	0
Додатковий капітал	1410	4831	4817	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	8543	8543	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	251425	289902	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	299359	337822	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	0	0	0
за довгостроковими зобов'язаннями				
за товари, роботи, послуги	1615	37542	33868	0
за розрахунками з бюджетом	1620	1152	4281	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	4004	4766	0
за одержаними авансами	1635	0	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	23	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	2647	2314	0
Усього за розділом III	1695	45368	45229	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття				
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	344727	383051	0

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік**

**I. ФІНАНСОВІ
РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	661401	627639
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(538909)	(512966)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	122492	114673
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	9700	10157
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(32094)	(26254)

Витрати на збут	2150	(43296)	(38195)
Інші операційні витрати	2180	(11057)	(14774)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	45745	45607
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1728	2728
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(331)	(132)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	47142	48203
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8665	-8498
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	38477	39705
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	38477	39705
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500	481936	457603
Витрати на оплату праці	2505	78936	54664
Відрахування на соціальні заходи	2510	15812	11709
Амортизація	2515	14766	11034

Інші операційні витрати	2520	49274	49434
Разом	2550	640724	584444
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Середньорічна кількість простих акцій	2600	2448194	2448194
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	2449194	2448194
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	15.7165	16.2181
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	15.7165	16.2181
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки

Керівник Плаксіє Валерій Ігорович

Головний бухгалтер Горбачова Наталія Валеріївна

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за 2019 рік**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	749129	706464
Повернення податків і зборів	3005	24141	18772
у тому числі податку на додану вартість	3006	24141	14977
Цільового фінансування	3010	0	0
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	130	2624
Надходження від повернення авансів	3020	0	0
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	1728	2728
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	141	836
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	3532	4433
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(598673)	(579853)
Праці	3105	(62626)	(46115)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(15435)	(10977)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(24702)	(25198)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(4949)	(12572)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(0)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(18059)	(12435)
Витрачання на оплату авансів	3135	(8685)	(5050)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(0)	(0)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(0)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(0)	(0)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(0)	(0)
Інші витрачання	3190	(2186)	(80564)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	66494	-11900
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	128	0
Надходження від отриманих:	3215	0	0
відсотків	3220	0	0
дивідендів	3225	0	0
Надходження від деривативів	3230	0	0
Надходження від погашення позик	3235	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3250	0	0
Інші надходження	3255	(0)	(0)
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій	3260	(54298)	(4062)
необоротних активів	3270	(0)	(0)
Виплати за деривативами	3275	(0)	(0)
Витрачання на надання позик	3280	(0)	(0)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3290	(0)	(0)
Інші платежі	3295	-54170	-4062
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності			
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	0	0
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0

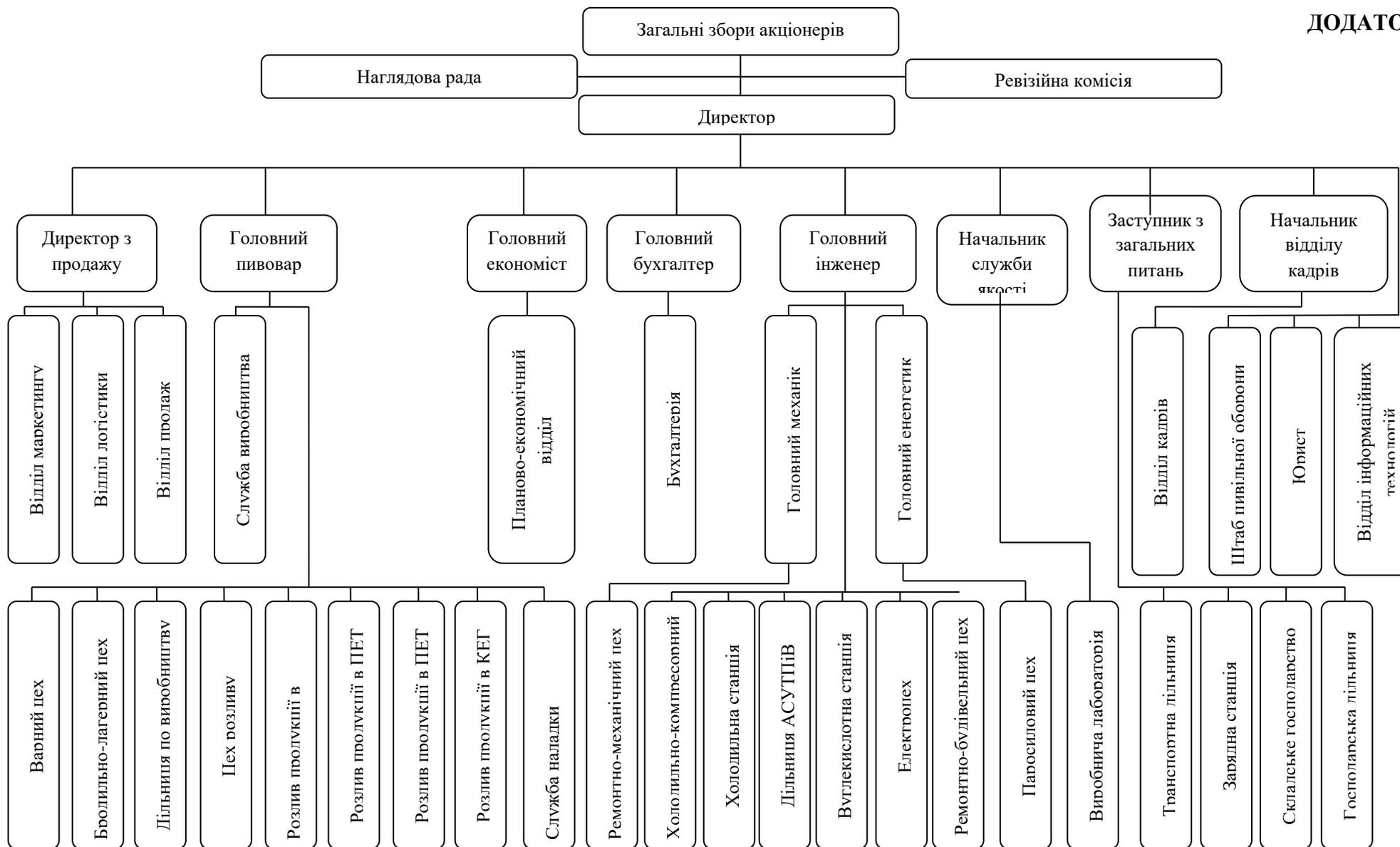
Інші надходження	3340	0	0
Витрачання на:	3345	(0)	(0)
Викуп власних акцій			
Погашення позик	3350	0	0
Сплату дивідендів	3355	(0)	(0)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(0)	(0)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(0)	(0)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(0)	(0)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(0)	(0)
Інші платежі	3390	(0)	(0)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	0	0
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	12324	-15962
Залишок коштів на початок року	3405	32880	48316
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	1334	526
Залишок коштів на кінець року	3415	46538	32880

Примітки

Керівник Плаксій Валерій Ігорович

Головний бухгалтер Горбачова Наталія Валеріївна

ДОДАТОК А



Стратегічна карта управління товарооборотом на підприємстві ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

