

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

Освітньо-професійна програма
«Економіка»
Спеціальність 051
«Економіка»
Група 2БЕП-31

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеню першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**на тему: «Шляхи підвищення прибутку та рентабельності на
ТОВ «Форес»**

Проектний матеріал складається з пояснювальної записки на 74 сторінках

Здобувач освіти: _____ Корнєєва І.О.

Керівник: _____ к.е.н., доц. Яблонська Н.В.

До захисту допущений

Завідувач кафедри _____ (Кулаковська Т.А.)

Завідуючий відділенням _____ (Воронкова Ю.В.)

Захист «___» _____ 2022 р.

Протокол ДКК № _____

Оцінка ДКК _____

Секретар ДКК _____

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ КОЛЕДЖ
ОНТУ

Відділення економічне

Кафедра Економіки

Освітньо - професійно програма «Економіка»

Спеціальність 051 «Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Заст. дир. з НВР Беркань І.В.

«_____» _____ 202__р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
Корнєвої Ірини Олександрівни
(*прізвище та ініціали*)

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Шляхи підвищення прибутку та рентабельності на ТОВ «Форес», керівник роботи доц., к.е.н. Яблонська Н.В.
2. Затверджена наказом по коледжу від **30.12.2021р. № 306-А2-ОД**
3. Термін подання студентом закінченої роботи **09.06.2022 р.**
4. Вихідні дані до проекту (роботи) статистична звітність роботи підприємства за два поточних роки; історія підприємства, аналіз стану зовнішнього та внутрішнього середовища та шляхи підвищення прибутку та рентабельності на ТОВ «Форес».
5. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Основні теоретичні засади оцінки, аналізу та пошуку шляхів підвищення прибутку і рентабельності діяльності підприємств. Розділ 2. Аналіз стану зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Форес».
6. Консультанти по кваліфікаційній роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосується їх

Розділ	Консультант	ПІДПИС	
		Завдання видав	Завдання прийняв

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист 2
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

7. Дата видачі завдання _____

Керівник роботи _____

(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Робота з літературними джерелами та розробка теоретичної частини кваліфікаційної роботи	25.02.21 р. – 01.03.21 р.
2.	Робота з літературними джерелами та розробка теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.03.21 р. – 03.05.21 р.
3.	Огляд ринку	03.05.21 р. – 07.05.21 р.
4.	Надання характеристики підприємству і показникам його діяльності.	07.05.21 р. – 10.05.21 р.
5.	Виконання аналізу виробничо-господарської діяльності підприємства.	10.05.21 р. – 20.05.21 р.
6.	Розробка шляхів підвищення прибутку та рентабельності на ТОВ «Форес»	20.05.21 р. – 28.05.21 р.

Дипломник _____ *Корнєєва Ірина Олександрівна*

Керівник _____ *Яблонська Наталя Валентинівна,
к.е.н., викладач кафедри
економіки ВСП ОТФК ОНТУ*

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Підпись	Дата		3

АНОТАЦІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

КРБ містить 74 сторінок, 23 таблиць, 5 рисунків, список літератури з 22 найменувань.

Основною метою й завданнями кваліфікаційної роботи є проведення аналізу формування й використання прибутку підприємства в попередніх періодах, виявлення закономірностей формування прибутку даної галузі харчової промисловості на прикладі конкретного підприємства, пошук шляхів і відповідних їм заходів щодо підвищення прибутку в плановому періоді.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є діяльність ТОВ «Форес». На сьогоднішній день підприємство є одним з відносно великих виробників майонезу, який задовольняє потреби, головним чином, споживачів південних регіонів України.

Предметом дослідження є прибуток ТОВ «Форес».

Основними джерелами економічної інформації стали законодавчі, інші нормативні акти і постанови Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Секретаріату Президента України з питань регулювання оподаткування, офіційні статистичні матеріали, навчально-аналітична література, періодичні економічні видання, електронні ресурси, матеріали фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за два роки.

Для вирішення поставлених у роботі завдань було використано загальнонаукові й прикладні методи дослідження: емпіричний, факторний, ситуаційний аналіз; системний аналіз і метод групування.

За результатами виконаної роботи сформульовані пропозиції з підвищення економічної ефективності виробництва ТОВ «Тростянецьхліб».

Рік виконання роботи 2022

Рік захисту роботи 2022

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		4

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ, АНАЛІЗУ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	9
1.1. Сутність, види та функції прибутку	9
1.2. Джерела формування прибутку і його розрахунок	14
1.3 Прибуток від операційної діяльності як основна частина прибутку підприємства	17
1.4 Показники прибутку й рентабельності	22
1.5. Розподіл прибутку підприємства	24
1.6. Використання прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ФОРЕС»	30
2.1. Характеристика та перспективи розвитку ринку майонезу України	30
2.2. Характеристика та аналіз внутрішнього середовища ТОВ «ФОРЕС»	38
2.3. Шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства	64
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата				
Разраб.					БЕП-31.12.000.КРБ	Лит.	Лист	Листов
Провер.							5	74
Н. Контр.								
Утверд.								

ВСТУП

На сьогоднішній день багато підприємств України (підприємства майже всіх галузей харчової промисловості) мають дуже великі складнощі, пов'язані з неефективністю господарської діяльності. Як слідство, підприємства або перебувають на рівні самофінансування, або взагалі їхня діяльність є збитковою. Виходячи із цього пошук шляхів підвищення прибутку, а для більшості підприємств пошук шляхів виходу на нульовий прибуток, має вирішальне значення для виживання підприємств у сучасних умовах. Слід також зазначити той факт, що значення прибутку як джерела коштів для розвитку підприємств останнім часом різко зросло, тому що державна підтримка суб'єктів господарювання практично відсутня.

Особливу увагу варто звернути також на той факт, що прибуток підприємств є одним з найважливіших джерел коштів для державного бюджету України, тобто питання підвищення прибутку окремих суб'єктів господарювання має значення не тільки на мікро-, але й на макрорівні. Таким чином, прибуток забезпечує інтереси держави, власників і персоналу підприємств. Тому одним із актуальних завдань сучасного етапу є оволодіння менеджментом і економічними службами підприємства сучасними методами ефективного управління формуванням прибутку в процесі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємств.

Грамотне, ефективне управління формуванням прибутку передбачає побудову на підприємствах відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів формування прибутку, використання сучасних методів його аналізу і планування. Поряд з формуванням прибутку на кожному підприємстві має бути забезпечене і ефективне управління його розподілом. Необхідно при цьому мати на увазі, що кожен цикл розподілу прибутку звітного періоду це одночасно і процес забезпечення ефективних умов його формування на розширеній основі в майбутньому періоді, реалізації цілей стратегічного розвитку підприємства.

Формування механізму жорсткої конкуренції, непостійність ринкової ситуації вимагають від підприємств підвищення ефективності використання наявних у його

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		6

розпорядженні внутрішніх ресурсів з одного боку, а з іншого, - своєчасно реагувати на мінливі зовнішні умови, до яких відносяться: фінансово-кредитна система, податкова політика держави, механізм ціноутворення, кон'юнктура ринку, взаємини з постачальниками і споживачами. Внаслідок перерахованих причин змінюються і напрями аналітичної діяльності.

Отримання прибутку, що забезпечує зростання вартості бізнесу - неодмінна умова і мета підприємництва будь-якої господарської структури. Можливості його одержання обмежені, по-перше, витратами виробництва і, по-друге, попитом на вироблену продукцію. Виробники, однак, можуть зіштовхуватися з особливими ситуаціями, що висувають на перший план вирішення проблем, що не укладаються в русло максимізації прибутку, або навіть викликають протиріччя з цією метою: наприклад, витрачання прибутку на соціальні програми підприємства, різке збільшення рекламного бюджету, зниження цін на вироблювану продукцію і т.п. Але всі подібні кроки носять усе ж тактичний характер і, в кінцевому рахунку, підпорядковані рішення головної стратегічної задачі - одержанню якомога більшого прибутку і забезпечення зростання вартості бізнесу.

Можна сказати, що прибуток є одним з узагальнюючих оціночних показників діяльності підприємств і виконує наступні найважливіші функції:

- характеризує кінцеві фінансові результати діяльності підприємства, розмір його грошових нагромаджень;
- є головним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, а та частина прибутку, що вилучається державою у формі податку на прибуток, є джерелом фінансування державних видатків.

Т.ч. пошук шляхів підвищення прибутку та рентабельності діяльності підприємств є головним чинником їхнього розвитку в сучасних умовах господарювання.

Основною метою й завданнями кваліфікаційної роботи є проведення аналізу формування й використання прибутку підприємства в попередніх періодах, виявлення закономірностей формування прибутку даної галузі харчової

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		7

промисловості на прикладі конкретного підприємства, пошук шляхів і відповідних їм заходів щодо підвищення прибутку в плановому періоді.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є діяльність ТОВ «Форес». На сьогоднішній день підприємство є одним з відносно великих виробників майонезу, який задовольняє потреби, головним чином, споживачів південних регіонів України.

Предметом дослідження є прибуток ТОВ «Форес».

Основними джерелами економічної інформації стали законодавчі, інші нормативні акти і постанови Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Секретаріату Президента України з питань регулювання оподаткування, офіційні статистичні матеріали, навчально-аналітична література, періодичні економічні видання, електронні ресурси, матеріали фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за два роки.

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
						8
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ, АНАЛІЗУ ТА ПОШУКУ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ І РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність, види та функції прибутку

Прибуток - це частина доходу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами (видатками), прибуток виражає мету підприємницької діяльності й приймається за головний показник її результативності (ефективності).

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалювання його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Вся діяльність підприємства направляється на те, щоб забезпечити зростання прибутку або, принаймні, стабілізацію його на певному рівні.

Прибуток є однієї з основних категорій товарного виробництва. Це насамперед виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва.

Поява прибутку безпосередньо пов'язана з появою категорії «витрати виробництва». Прибуток - це та частина прибавочної вартості продукції, реалізованої підприємством, що залишається після покриття видатків виробництва. Відокремлення частини вартості продукції у вигляді видатків виступає в грошовому вираженні як собівартість продукції.

Прибавочний продукт - це вартість, створювана виробниками понад вартість необхідного продукту. Прибавочний продукт властивий всім суспільно-економічним формаціям і є однієї з найважливіших факторів їхнього успішного розвитку.

Прибуток - це частина прибавочної вартості, виробленої, реалізованої, і готової до розподілу. Підприємство отримує прибуток після того, як втілена в створеному продукті вартість буде реалізована й придбає грошову форму.

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		9

Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу прибавочного продукту. Прибуток - це форма прояву вартості прибавочного продукту.

Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, які відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

У той же час прибуток - це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів ведення господарства. Тому прибуток відображає її результати й зазнає впливу від багатьох чинників. Існують особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

В сучасних умовах прибуток виконує наступні функції:

- Оцінювальна – ефект використання основних ресурсів підприємства
- Стимулююча – функція прибутку спрямована на зниження витрат виробництва, запровадженням інновацій, що збільшує можливості розширення виробництва і зростання масштабів бізнесу.
- Господарського розрахунку – доходи підприємства мають не тільки покривати витрати, але й формувати резерв.
- Розподільча – прибуток забезпечує вибір підприємницької діяльності серед альтернативних варіантів.
- Індикативна (інформаційна) – прибуток забезпечує підприємство інформацією, з одного боку, про оцінку його діяльності, а з другого-про наповненість ринку товаром, даючи тим самим економічний сигнал про необхідність збільшувати чи зменшувати обсяги виробництва.

На сьогоднішній день в практиці господарювання виділяють наступні види прибутку.

Бухгалтерський прибуток характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності та є сумою отриманих прибутків (збитків). Обсяг нерозподіленого прибутку визначається за даними бухгалтерського обліку та відображається на

										Лист
										10
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

рахунку 441 «Прибуток нерозподілений» (збитки відповідно на рахунку 442 «Непокриті збитки»).

Економічний прибуток являє собою різницю між сумою доходів підприємства, з одного боку, і сумою його поточних витрат, з іншого. При цьому враховуються поточні витрати як внутрішні так і зовнішні, перші не відбиваються бухгалтерським обліком та оцінюються за їхньою альтернативною вартістю. Економічний прибуток підприємства завжди менше бухгалтерського на величину внутрішніх поточних витрат.

За характером діяльності підприємства розділяють прибуток від звичайної діяльності й прибуток від надзвичайних подій.

Прибуток від звичайної діяльності характеризує фінансовий результат від всіх традиційних для даного підприємства видів діяльності й господарських операцій, формується на регулярній основі.

Прибуток від надзвичайних подій характеризує незвичайне або дуже рідкісне для даного підприємства джерело формування.

За основними видами господарських операцій підприємства виділяють прибуток від реалізації продукції й прибуток від позареалізаційних операцій.

Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є основним його видом на підприємстві, безпосередньо пов'язаним з галузевою специфікою діяльності. Під цим прибутком розуміється результат господарювання з основної виробничо-збутової діяльності підприємства.

Прибуток від реалізації продукції складається з прибутку у нереалізованих залишках річної продукції на початок року, прибутку від випуску товарної продукції звітного періоду та прибутку у залишках нереалізованої продукції на кінець року

Прибуток від позареалізаційних операцій формально характеризується терміном «доходи від позареалізаційних операцій», однак за своїм сутнісним змістом ставиться до категорії прибутку, тому що відбивається у звітності у вигляді сальдо між отриманими доходами й понесеними втратами від цих операцій. До складу доходів, що формують цей прибуток, відносяться доходи від пайової участі даного підприємства в діяльності інших спільних підприємств з вітчизняними й

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
						11
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

закордонними партнерами (у вигляді розподіленого прибутку на суму його паїв у спільних підприємствах); доходи від облігацій, акцій і інших цінних паперів, що належать підприємству та випущені сторонніми емітентами (у вигляді сум відсотків і дивідендів); доходи від депозитних внесків підприємства в банках; отримані штрафи, пені й неустойки та ін.

За основними видами діяльності підприємства виділяють прибуток, отриманий від операційної, інвестиційної й фінансової діяльності.

Прибуток від операційної діяльності являє собою сукупний обсяг прибутку від реалізації продукції й прибутку від інших операцій, що не відносяться до інвестиційної або фінансової діяльності.

Прибуток від інвестиційної діяльності характеризує підсумковий фінансовий результат від операцій з придбання (спорудження, виготовлення) і продажу – основних засобів, нематеріальних активів і інших необоротних активів, а також короткострокових фінансових інвестицій, які не є еквівалентами коштів.

Прибуток від фінансової діяльності характеризує фінансовий результат операцій, які приводять до зміни розміру й складу власного капіталу й позичок підприємства (залучення додаткового акціонерного або пайового капіталу, емісії облігацій і інших боргових цінних паперів, залучення кредиту в різних його формах, погашення зобов'язань з основного боргу тощо).

За складом елементів, що формують прибуток, розрізняють маржинальний, валовий і чистий прибуток підприємства.

Під цими термінами звичайно розуміють різні ступені «очистки» отриманих доходів від понесених підприємством у процесі господарської діяльності витрат.

Чистий прибуток характеризує суму балансового (валового) прибутку, зменшеного на суму податкових платежів за його рахунок.

За характером інфляційної «очистки» прибутку виділяють номінальний і реальний його види.

Реальний прибуток характеризує розмір номінально отриманої його суми, скоригований на темп інфляції у відповідному періоді.

									Лист
									12
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

За достатністю рівня формування виділяють низький, нормальний і високий прибуток підприємства (критерієм такого розподілу виступає рівень нормального прибутку).

Нормальний прибуток характеризує такий рівень його формування, коли після покриття зовнішніх і внутрішніх поточних витрат, залишається дохід. Дорівнює мінімальній ставці депозитного відсотка. Тобто порівнюється два варіанти покласти гроші на депозит чи вкласти їх у бізнес, і якщо отриманий прибуток не менший від коштів, які б було отримано від депозиту він вважається нормальним.

Низький і високий прибуток характеризує рівень її формування, що відповідно нижче або вище рівня нормального прибутку.

За характером використання в складі чистого прибутку виділяють споживану частину, та ту, що капіталізується.

Капіталізований прибуток характеризує ту суму, що спрямована на фінансування приросту активів підприємства, а спожитий прибуток – ту його частину, що витрачена на виплати акціонерам, персоналу або на соціальні програми підприємства.

За ступенем використання виділяють нерозподілений і розподілений прибуток підприємства

Нерозподілений прибуток – це частина чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів, формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби.

В окремих випадках підприємства в результаті своєї діяльності зазнають збитків.

Нерозподілений прибуток поділяється на асигновану й неасигновану частини:

- асигнована частина має певне цільове призначення (наприклад, для фінансування розвитку підприємства, проведення цільових програм тощо);
- неасигнована частина не має конкретного призначення.

У зарубіжних корпораціях часто встановлюються обмеження, які накладаються на суму нерозподіленого прибутку. Такі обмеження тимчасово

виділяють певну суму нерозподіленого прибутку, яка б могла бути виплачена у вигляді дивідендів. Коли обмеження знімаються, ця сума може бути сплачена у вигляді дивідендів та використана на інші потреби.

Обмеження нерозподіленого прибутку можуть бути добровільними або вимушеними. Одним з найпоширеніших добровільних обмежень є обмеження на нерозподілений прибуток з метою розширення матеріально-технічної бази підприємства. Це обмеження може бути зняте керівництвом підприємства в будь-який момент.

Розподілений прибуток характеризує частину сформованого прибутку, що на даний момент вже розподілена й не використана в процесі господарської діяльності.

Санаційний прибуток – це специфічний вид прибутку, який виникає внаслідок викупу підприємством власних корпоративних прав (акцій, часток) за курсом, нижчим за номінальну вартість цих прав (дизажію), у результаті їхнього безкоштовного передання до анулювання, зниження номінальної вартості або при одержанні безповоротної фінансової допомоги від власників корпоративних прав, кредиторів та інших зацікавлених у санації підприємства осіб.

Середній прибуток – рівний (рівнозначний) прибуток на однакові капітали, вкладені в різні галузі і сфери виробництва. Утворюється в процесі міжгалузевої конкуренції.

Засновницький прибуток – це дохід, який отримує засновник акціонерного підприємства (товариства) при відкритій підписці на акції.

1.2. Джерела формування прибутку і його розрахунок

Відповідно до діючого законодавства прибуток підприємства формується за рахунок наступних джерел:

- а) продаж (реалізація) продукції (надання послуг);
- б) продаж іншого майна;
- в) фінансова діяльність;
- г) позареалізаційні операції.

Прибуток від продажу продукції (операційної діяльності) є основним елементом загальної суми прибутку, оскільки саме він відображає місію й профіль

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		14

підприємства. Він визначається як різниця між доходом від продажу продукції (без податку на додану вартість і акцизного збору) і її повною собівартістю.

У випадку калькулювання по неповних витратах ту частину витрат, яка не включається в собівартість продукції, відносять на певний період і при визначенні прибутку (Π_p) виключають із доходу, тобто

$$\Pi_p = V_p - C_p - C_{н.с.п}, \quad (1.1)$$

де V_p – дохід від продажу продукції;

C_p – собівартість реалізованої продукції по неповних витратах;

$C_{н.с.п}$ – витрати, не включені в собівартість продукції, а віднесені на певний період.

Це так званий метод прямого обчислення прибутку, що визнаний головним (основним). Поряд з ним існує аналітичний метод, відповідно до якого прогнозований прибуток визначається коректуванням його базової (фактичної) величини з урахуванням впливу певних факторів у розрахунковому періоді, наприклад, зміни обсягу виробництва й продажу продукції, її структури, собівартості виробів і цін реалізації. Цей метод може застосовуватися при великій питомій вазі відносно однотипної продукції в загальному її обсязі.

Прибуток від продажу майна, що для підприємства стало непотрібним, включає прибуток від продажу основних засобів (матеріальних активів), нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств. Його величину визначають як різницю між ціною продажу й залишковою вартістю реалізованого об'єкта з урахуванням витрат на реалізацію (демонтаж, транспортування, оплати агентських послуг).

Діяльність, пов'язана з фінансовими інвестиціями, у результаті якої підприємство дістає прибуток у вигляді дивидендів на акції, від вкладення коштів у статутні засоби інших підприємств (прибуток від володіння корпоративними правами), у вигляді відсотків по державних цінних паперах, облігаціям підприємств, по депозитним рахункам у банках. Обсяг цього прибутку мав тенденції до збільшення, що було обумовлено розвитком ринкової економіки й фондового ринку.

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
						15
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

На розмір цього прибутку впливав обсяг фінансових інвестицій, їхня спрямованість і структура, умови оподаткування.

До складу прибутку від позареалізаційних операцій включають:

- а) прибуток і збитки минулих років, виявлені у звітному періоді;
- б) невідшкодовані збитки від надзвичайних ситуацій (стихійних лих, пожеж, аварій);
- в) надходження боргів, списаних раніше як безнадійні;
- г) штрафи, пені, неустойки, що надійшли за порушення господарських договорів суб'єктами господарювання у зв'язку із застосуванням фінансових санкцій;
- д) штрафи, отримані за несвоєчасне погашення податкового кредиту з державного бюджету;
- е) кредиторська заборгованість між підприємствами недержавної форми власності, щодо якої минув строк позовної давності;
- ж) дебіторська заборгованість, щодо якої минув строк позовної давності;
- з) прибуток від завищення цін і тарифів;
- и) курсова різниця від операцій в іноземній валюті;
- к) прибуток (збиток) від ліквідації основних коштів;
- л) вартісна різниця відвантаженої й отриманої частини виконаного повністю бартерного контракту;
- м) прибуток (збиток) від спільної діяльності.

Необхідно звернути увагу на те, що одержання прибутку суб'єктами господарювання було пов'язане з діяльністю не тільки на території України, але й за її межами.

Кошти або майно, отримані підприємством безоплатно, до складу прибутку не включалися.

Із проведенням реформування бухгалтерського обліку й фінансової звітності в Україні відповідно до міжнародних стандартів відбулися зміни в методиці визначення прибутку підприємства. На рисунку 1.1 показана схема формування прибутку з урахуванням змін у бухгалтерському обліку й звітності.

Облік і визначення фінансових результатів - прибутку (збитків) здійснюється по таких видах діяльності підприємства: звичайна діяльність, у т.ч. операційна; інша звичайна діяльність; діяльність, пов'язана з виникненням надзвичайних подій. У свою чергу, операційна діяльність ділиться на основну й іншу операційну діяльність.

В сучасних умовах господарювання прибуток підприємства є визначальним моментом виживання й ефективного функціонування суб'єкта господарювання. Виходячи із цього, постійне підвищення прибутку є головним чинником успішної конкурентної боротьби. Це підштовхує підприємства до постійного пошуку шляхів підвищення прибутку.

1.3 Прибуток від операційної діяльності як основна частина прибутку підприємства

Одержання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від здійснення основної діяльності суб'єктів господарювання. Прибуток є складовою частиною доходу від реалізації, але на відміну від доходу, надходження якого на поточний рахунок підприємства фіксується регулярно, розмір отриманого прибутку визначається тільки за певний період (квартал, рік) на основі даних бухгалтерського обліку.

Реальне формування прибутку на підприємстві відбувається в міру реалізації продукції. Відповідно до законодавчих актів України момент реалізації визначається по даті відвантаження продукції (товарів), а для робіт (послуг) - по даті їхнього фактичного виконання, або по даті зарахування коштів покупця на банківський рахунок продавця.

Незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови здійснення її реально, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок продавця.

Визначення моменту реалізації продукції по даті її відвантаження й встановлення податкових зобов'язань підприємств відповідно до цієї дати може приводити до використання оборотних коштів підприємства на сплату податків, тобто до погіршення фінансового стану.

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		17

Формування прибутку від реалізації продукції представлено на рисунку 1.2.

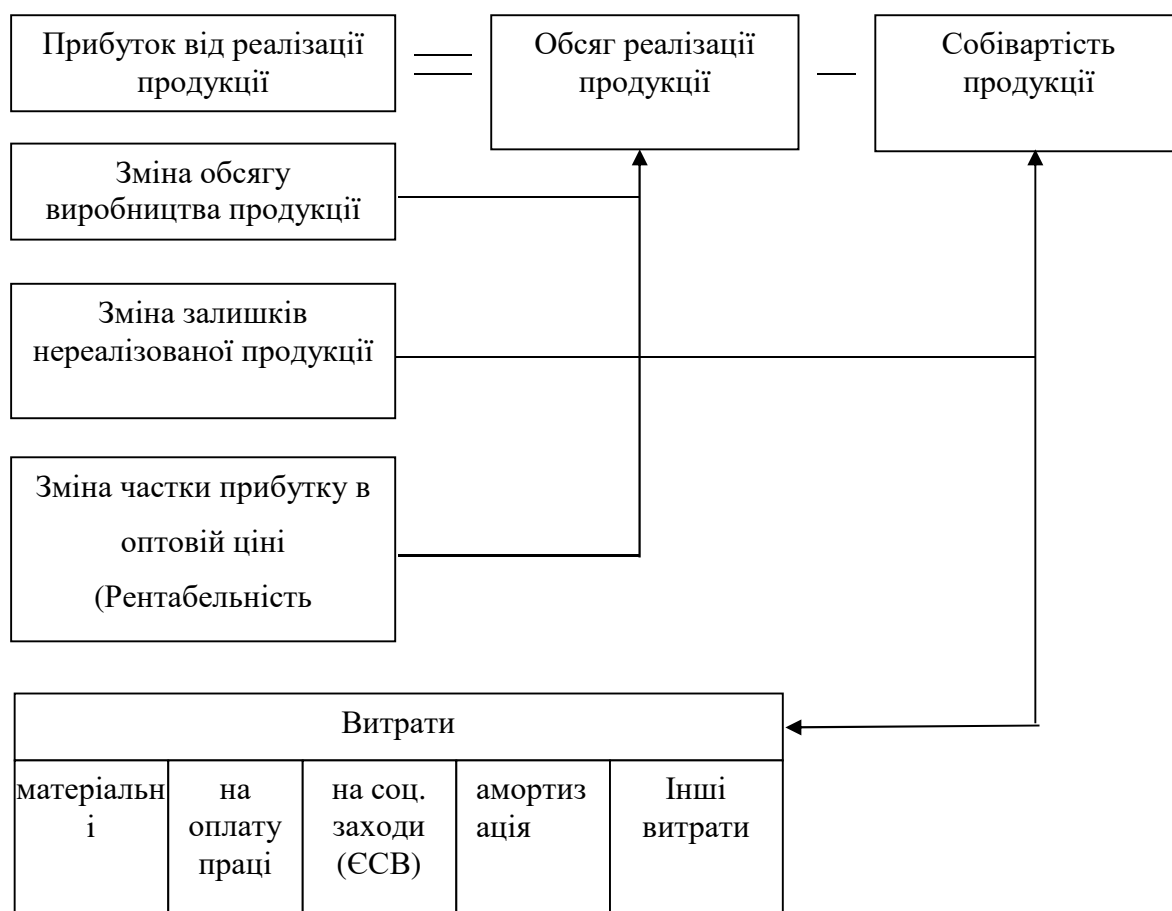


Рисунок 1.2 Формування прибутку від реалізації продукції.

Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції і її собівартості. На зміну обсягу реалізації продукції впливає зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції, частини прибутку в ціні продукції (рентабельність продукції).

Необхідно також звернути увагу на те, що зміна обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції впливає не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на її собівартість, тому що змінюються умовно-постійні витрати (при зміні обсягу виробництва продукції), витрати на зберігання продукції, інші витрати (при зміні залишків нереалізованої продукції).

Істотний вплив на обсяг реалізованої продукції, а також і на прибуток від реалізації робить розмір прибутку, що включається в ціну. В умовах формування

ринкової економіки державного регулювання рентабельності продукції, як правило, вже немає. Таким чином, створюється можливість збільшення частки прибутку в ціні продукції. Цьому сприяє відсутність належної конкуренції, монопольне положення деяких підприємств у виробництві й реалізації багатьох видів продукції.

Отже, можна зробити висновок, що можливості підприємств впливати на розмір прибутку від реалізації, змінюючи обсяги виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, її рентабельність є досить істотними.

Управління формуванням прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг) передбачає розрахунок її планового розміру. Планування, прогнозування суми прибутку суб'єктів господарювання необхідно для складання поточних і перспективних фінансових планів. Визначення суми прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг) має деякі особливості залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання: виробничої сфери, торгівлі, сфери послуг. У виробничій сфері є особливості в розрахунку прибутку від реалізації продукції промисловими й сільськогосподарськими підприємствами, будівельними організаціями, підприємствами транспорту.

Дуже важливим для формування переліку заходів щодо управління прибутком від реалізації продукції є методика розрахунку прибутку від реалізації. На підприємствах виробничої сфери можуть бути використані три методи розрахунку прибутку від реалізації продукції: прямого рахунку, по показнику витрат на 1 грн. продукції, економічний (аналітичний) метод.

- метод прямого рахунку.

Прибуток розраховується по окремих видах продукції. Для розрахунку необхідні наступні вихідні дані:

а) перелік і кількість продукції відповідної номенклатури, запланованої до виробництва й реалізації;

б) собівартість одиниці продукції;

в) ціна одиниці продукції.

- розрахунок прибутку на основі показника витрат на 1 грн. продукції.

										Лист
										19
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

Цей метод є укрупненим, може використовуватися по підприємству в цілому з розрахунку прибутку від випуску, реалізації всієї продукції. Передбачається використання даних про виробничі витрати й реалізацію за попередній період, а також їхня зміна, прогнозована в планованому періоді.

економічний (аналітичний) метод.

Цей метод може використовуватися без розрахунку прибутку від випуску (реалізації) продукції. Він відрізняється від розглянутих раніше методів розрахунку прибутку тим, що дає можливість визначити не тільки загальну суму прибутку, а й вплив на нього зміни окремих факторів: рівня оптових цін і рентабельності продукції, асортименту і якості продукції.

Розрахунок прибутку по цьому методу здійснюється окремо по порівнюваній і непорівнюваній продукції в плановому періоді. Порівнювана продукція - це продукція, що вироблялася в попередньому періоді. Непорівнювана продукція - це продукція, що не вироблялася на підприємстві в попередньому періоді.

Розрахунок прибутку по порівнюваній продукції здійснюється в такій послідовності:

- визначається очікуваний базовий прибуток і базова рентабельність продукції;
- порівнювана продукція планового періоду визначається за собівартістю попереднього періоду;
- виходячи з рівня базової рентабельності продукції, розраховується прибуток по порівнюваній продукції в плановому періоді;
- розраховується вплив окремих факторів на зміну прибутку в плановому періоді.

Розрахунок базового (загального) прибутку здійснюється на основі звітних або очікуваних даних за попередній період. Базовий прибуток - це прибуток від випуску (реалізації) продукції в попередньому періоді. За його розрахунками здійснюється коректування звітного, очікуваного прибутку з урахуванням факторів, що вплинули на нього тоді, але вплив, яких у цьому періоді не очікується: зміна оптових цін, припинення випуску окремих видів продукції, зміна рентабельності

окремих видів продукції, зниження їхньої собівартості. Від точності розрахунку базового прибутку залежить точність всіх подальших розрахунків.

Прибуток від реалізації непорівнюваної продукції може бути розрахований методом прямого розрахунку, якщо є відповідні вихідні дані. Якщо такі дані відсутні прибуток розраховується для всієї непорівнюваної продукції з використанням показника середньої рентабельності продукції по підприємству.

Якщо розрахунок прибутку, розглянутими вище методами, зроблений виходячи із загального випуску продукції, окремо розраховується прибуток від реалізації продукції. При цьому враховується сума прибутку від випуску продукції, а також зміна прибутку в залишках нереалізованої продукції. У цьому випадку може бути використана така формула розрахунку:

$$П_{рп} = П_{знн} + П_{вп} - П_{знк}, \quad (1.2)$$

де $П_{рп}$ – прибуток від реалізації продукції;

$П_{знн}$ – прибуток у залишках нереалізованої продукції на початок планового періоду;

$П_{вп}$ – прибуток від випуску продукції;

$П_{знк}$ – прибуток у залишках нереалізованої продукції на кінець планового періоду.

У відповідності зі стандартами бухгалтерського обліку визначення фінансових результатів від операційної діяльності підприємства в цілому можна здійснити за такою схемою:

а) Дохід від реалізації продукції (робіт, послуг).

б) Відрахування з доходу:

- податок на додану вартість;
- акцизний збір;
- рентні платежі;
- інші відрахування.

в) Чистий дохід (виторг) від реалізації продукції (робіт, послуг) (а - б).

г) Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг).

д) Валовий прибуток (збиток) (в - г).

										Лист
										21
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

- е) Інші операційні доходи.
- ж) Адміністративні витрати.
- з) Витрати на збут.
- и) Інші операційні витрати.
- к) Фінансовий результат від операційної діяльності (д + е - ж - з - і).

1.4 Показники прибутку й рентабельності

Для оцінки ефективності роботи підприємства важливою є кількісна оцінка досягнутих фінансових результатів. Таким чином, формалізація оцінки ефективності діяльності підприємства полягає в розрахунку й оцінці динаміки показників прибутковості роботи підприємства.

Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності.

Рентабельність – один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Коефіцієнти рентабельності – система показників, які характеризують здатність підприємства створювати необхідний прибуток в процесі своєї господарської діяльності. Коефіцієнти (показники) рентабельності визначають загальну ефективність використовуваних активів і вкладеного капіталу. Вони можуть бути розраховані як коефіцієнти і тоді представлені у вигляді десятинного дробу або у вигляді показників рентабельності і тоді представлені у вигляді процентів. Показники рентабельності розраховуються на основі Балансу ф.1 та Звіту про фінансові результати підприємства ф.2. В основу розрахунку показників рентабельності можуть бути покладені різні величини прибутку підприємства: валовий (маржинальний) прибуток, операційний прибуток, прибуток до виплати процентів і податку на прибуток (ЕВІТ), прибуток до виплати податку на прибуток (ЕВТ), чистий прибуток. Найчастіше для розрахунку коефіцієнтів рентабельності використовується чистий прибуток або прибуток до виплати процентів і податку на прибуток. Значення цих показників прибутку підприємства

можна взяти із таблиці Вертикального (компонентного) аналізу фінансових результатів.

Аналіз рентабельності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких основних показників (коефіцієнтів): рентабельність активів; рентабельність власного капіталу; рентабельність акціонерного капіталу; рентабельність продукції.

Рентабельність активів (Ра) характеризує ефективність використання всього майна підприємства та обчислюється за формулою:

$$Ra = \text{Пз(ч)} / \text{Ка} * 100 \quad (1.3)$$

де Пз(ч) – загальний (чистий) прибуток підприємства за рік;

Ка – середня сума активів за річним балансом.

Обчислюючи цей показник, виходять як із загального (до оподаткування), так і з чистого (після оподаткування) прибутку. Єдиного методичного підходу тут не існує. Тому треба обов'язково зазначити, який саме прибуток узято.

Показник рентабельності сукупних активів може бути дезагрегований, якщо підприємство здійснює різні види діяльності. У цьому разі поряд із рентабельністю всіх активів визначається рентабельність за окремими видами діяльності.

Рентабельність власного капіталу (Рвк) відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів:

$$Rvk = \text{Пч} / \text{Кв} * 100 \quad (1.4)$$

де Пч – чистий прибуток підприємства;

Кв – власний капітал підприємства;

Величина власного капіталу береться за даними балансу підприємства або його звіт про власний капітал на певну дату.

Рентабельність акціонерного капіталу (Рак) свідчить про верхню межу дивідендів на акції та обчислюється так:

$$Rak = \text{Пч} / \text{Кст} * 100 \quad (1.5)$$

де Кст – статутний капітал (номінальна вартість проданих акцій). Цей показник можна обчислювати також як рентабельність акціонерного капіталу від звичайних акцій. Тоді з прибутку Пч віднімаються фіксовані дивіденди на привілейовані акції, а зі статутного капіталу – номінальну вартість цих акцій.

Рентабельність продукції (Рп) характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут. Вона визначається за формулою:

$$Рп = \text{Прп} / \text{Срп} * 100 \quad (1.6)$$

де Прп – прибуток від реалізації продукції за певний період;

Срп – повна собівартість реалізованої продукції.

Рентабельність продукції можна обчислювати також як відношення прибутку до обсягу реалізованої продукції. Саме в такому вигляді цей показник використовується в зарубіжній практиці.

У багатомономенклатурному виробництві поряд з рентабельністю всієї продукції обчислюється також рентабельність окремих її різновидів.

Рентабельність одного виробу (Рі) розраховується за формулою:

$$Рі = (\text{Ці} - \text{Сі}) / \text{Сі} * 100 \quad (1.7)$$

де Ці, Сі – відповідна ціна й повна собівартість і-го виробу.

1.5. Розподіл прибутку підприємства

Прибуток є важливим показником ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства, а також джерелом формування централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів.

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різних потреб:

- формування фінансових ресурсів держави, бюджетних витрат. Це досягається шляхом вилучення у підприємства частини прибутку у вигляді обов'язкових платежів;
- формування фінансових ресурсів самого підприємства.

Т.ч. отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу, що здійснюється у два етапи. Перший етап - це розподіл загального прибутку між підприємством і державою. Пропорція розподілу прибутку між державою й підприємством має важливе значення для задоволення потреби підприємства й держави. Вона залежить від декількох факторів. Істотне значення при цьому має податкова політика держави щодо суб'єктів господарювання. Ця політика

реалізується в сумі податків, що сплачуються за рахунок прибутку, у визначенні об'єктів оподаткування, ставок оподаткування, у порядку надання податкових пільг.

Другий етап - це розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства після здійснення обов'язкових платежів.

Прибуток, що залишався в розпорядженні підприємства не дорівнював сумі чистого прибутку. Діючі нормативні акти визначали, що за рахунок прибутку підприємства повинні були сплачувати штрафи в таких випадках:

- за порушення господарських договорів із суб'єктами господарювання;
- за несвоєчасну передачу в податкову адміністрацію необхідних розрахунків;
- за затримку перерахування коштів у бюджет і позабюджетні засоби;
- за приховання прибутку від оподаткування, заниження інших податків;
- за прострочення банківської позички;
- за невиконання квоти по створенню робочих місць для інвалідів;
- за інші порушення.

Т.ч., чистий прибуток - це частина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків та інших обов'язкових платежів та штрафів.

1.6. Використання прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства

Використання чистого прибутку підприємство могло здійснювати за допомогою формування цільових грошових засобів і направляючи кошти безпосередньо на фінансування витрат.

Схема використання чистого прибутку до реформування системи бухгалтерського обліку мала вигляд.

За рахунок чистого прибутку підприємство формувало ряд цільових засобів, кошти яких направляли на фінансування певних витрат, задоволення певних потреб. Використання чистого прибутку на виплату дивідендів здійснювалося безпосередньо.

Принципове значення в розподілі чистого прибутку мало досягнення оптимального співвідношення між фондом накопичення й фондом споживання. Ці засоби умовні, безпосередньо на підприємстві вони не створювалися, а їхню величину можна було встановити на основі розрахунків використання прибутку на фінансування певних витрат і заходів. При адміністративній системі управління економікою здійснювалося державне регулювання співвідношення засобів накопичення й споживання. Після ліквідації адміністративної системи управління використання чистого прибутку визначалися кожним підприємством самостійно. Відповідно до Податкового Кодексу України державне регулювання використання чистого прибутку здійснювалося досить активно й в основному чисто економічними інструментами.

Відповідно до Податкового Кодексу України державне регулювання використання чистого прибутку підприємств здійснюється шляхом зниження оподаткованого прибутку на суму витрат із чистого прибутку на утримання й експлуатацію об'єктів соціальної інфраструктури, на добродійність (не більше 4% від суми оподаткованого прибутку).

Після реформування бухгалтерського обліку й фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів відбулися зміни в розподілі й використанні чистого прибутку підприємств (рисунок 1.3)

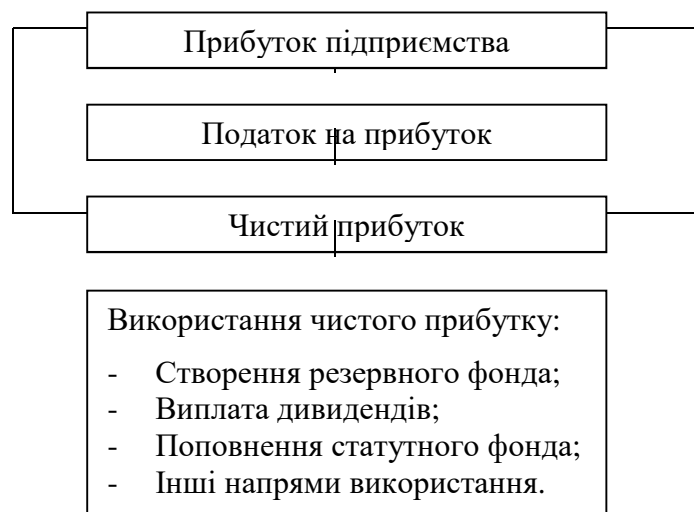


Рисунок 1.3 Розподіл і використання чистого прибутку підприємствами.

Визначення чистого прибутку підприємства здійснюється вирахуванням із загальної суми прибутку тільки податку на прибуток. Одержання й сплата штрафів тепер ураховується при визначенні прибутку від іншої операційної діяльності, тобто в процесі формування прибутку.

Відповідно до прийнятих положень (стандартами) бухгалтерського обліку не передбачене формування за рахунок прибутку ряду цільових засобів, як це мало місце раніше. Передбачено облік використання чистого прибутку на створення резервного фонду, виплату дивідендів, поповнення статутного фонду, інші напрямки використання.

Цю загальну схему розподілу прибутку потрібно конкретизувати на підприємствах з різними організаційно-правовими формами, що стосується насамперед акціонерних товариств (підприємств). Як відомо, власники акцій одержують частину корпоративного прибутку у вигляді дивідендів (доходу інвесторів на вкладений капітал). На акціонерному підприємстві дивіденди можна розглядати як плату за притягнутий від продажу акцій капітал.

Розподіл прибутку на виплату дивідендів і інвестування є складною фінансовою проблемою, що істотно й неоднозначно впливає на фінансову стабільність і перспективи підприємства. Напрямок достатньої суми прибутку на виплату дивідендів і високий рівень таких збільшують попит на акції й підвищують їхній ринковий курс. Однак це обмежує власне джерело фінансування, ускладнює рішення завдань перспективного розвитку підприємства.

Зрозуміло, що низькі дивіденди приводять до протилежних результатів. З урахуванням цих обставин акціонерне товариство (підприємство) змушено вибрати таку дивідендну політику, що відповідала б конкретним умовам його діяльності. Можливі варіанти дивідендної політики (порядок виплати дивідендів) на тому або іншому підприємстві представлені на рисунку 1.4.

						БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			27

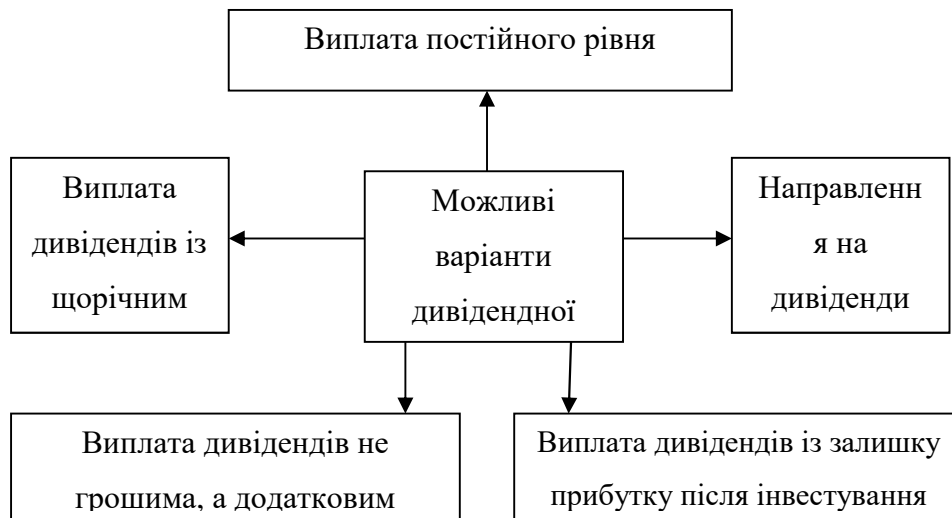


Рисунок 1.4. Варіанти дивідендної політики підприємства.

Кожний з названих варіантів має свої переваги й недоліки й застосовується, як правило, не постійно, а в межах певного тимчасового періоду із урахуванням економічної кон'юнктури й фінансового стану підприємства.

Розподіляючи прибуток підприємства, величину дивідендів у відсотках (d) визначають по формулі:

$$d = \frac{\Pi_D}{K_c} * 100, \quad (1.8)$$

де Π_D – частина прибутку, що направляється на виплату дивідендів;

K_c – статутний капітал (фонд) підприємства.

Абсолютна сума дивідендів в розрахунку на одну акцію відповідно буде становити:

$$D = \frac{\Pi_D}{N_a}, \quad (1.9)$$

де N_a – кількість акцій, що формує величину статутного капіталу (кількість проданих акцій).

Частина прибутку, використовувана на виплату дивідендів, визначається відповідно до обраного варіанта дивідендної політики. Досвід діяльності закордонних фірм і успішно працюючих вітчизняних підприємств свідчить, що частка дивідендних сум у чистому прибутку коливається в межах 30 - 70 %. Якщо

вона менше 30 %, то виплати вважаються заниженими, а коли їхній відносний розмір перевищує 70 % - завищеними.

З наведеного вище матеріалу можна зробити висновок, що на сьогоднішній день пошук шляхів підвищення прибутку є основою, необхідною умовою ефективної роботи кожного підприємства незалежно від галузі харчової промисловості. Категорія «прибуток» по своїй суті багатогранна, що відображає відносини між конкретним виробником суспільних благ і суспільством в особі покупця. На сьогоднішній день прибуток є індикатором суспільної цінності продукції кожного виробника. Оцінка прибутковості роботи підприємств досить пророблена багатьма дослідниками й ученими й має не тільки теоретичне, але й практичне застосування, що виражається в оцінці фінансового становища підприємства за допомогою системи показників, у першу чергу рентабельності. Побудова даної системи на сьогоднішній день недостатньо структурована в контексті галузевої приналежності підприємств, тому що система повинна відображати сформовані в галузі традиції щодо ціноутворення, розподілу прибутку, можливості державного обмеження рентабельності й т.д. Щодо переробки зернових продуктів, можна говорити, що продукція, яка випускається галуззю, має досить вагомое соціальне значення, що не може не відобразитися на процесі ціноутворення, і відповідно величині рентабельності продукції.

					БЕП-31.12.001.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		29

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ФОРЕС»

2.1. Характеристика та перспективи розвитку ринку майонезу України

В сучасних умовах розвитку сфери вітчизняного харчування соуси є важливим продуктом для українських споживачів, хоча більшість з них розуміє, що соуси менш корисні для організму, ніж свіжі овочі та фрукти, але все ж вони мають певні переваги: відносна дешевизна (відносно свіжих овочів), відсутність необхідності витратити час при приготуванні, а також зручність у зберіганні. Ці конкурентні переваги дозволяють ринку соусів України динамічно розвиватися, незважаючи на фінансову кризу і уповільнення зростання доходів споживачів.

Український ринок соусів дуже різноманітний. За оцінками експертів, середня рентабельність виробництва становить 15–18%. Зацікавленість виробників щодо соусної продукції обумовлена тим, що комбінуванням сировинних компонентів можна розширювати асортимент соусів, регулювати собівартість, ціну та рентабельність виробництва. Крім того соуси характеризуються високими споживними властивостями, засвоюваністю, можливістю регулювати хімічний склад, харчову та біологічну цінність, калорійність, інші властивості. Соусна продукція в харчуванні є джерелом вуглеводів і жирів, дещо менше – білків, мінералів і вітамінів. Жири перебувають переважно в емульгованій формі, завдяки чому коефіцієнт засвоювання соусів становить 90–92%.

Конкурентна боротьба за споживача на українському ринку кетчупу, майонезу та інших соусів ведеться практично тільки між вітчизняними виробниками, так як частка імпорту дуже невисока. Відсутність сильних іноземних операторів повинно було спростити ринкову ситуацію, але величезна кількість вітчизняних компаній і насиченість ринку підтримують постійну сильну конкурентну боротьбу.

На сьогоднішній день вітчизняні виробники практично повністю забезпечують внутрішню потребу ринку в соусах. За оцінками експертів, обсяг імпорту на ринку становить лише близько 3,7% від загальних обсягів продажу, тобто 96,3% ринку належить вітчизняним виробникам. При цьому найбільша частка імпортової продукції

										Лист
										30
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

припадає на складні соуси, якісних аналогів яких в Україні не виробляється, – у цій частині імпорт складає близько 6,9%.

Найменша частка імпорту на вітчизняному ринку майонезу – біля 0,39%, при цьому єдиним великим постачальником цієї продукції в Україну є компанія Unilever, яка постачає майонез Calve з Росії. Іноземні виробники конкурують з вітчизняними компаніями насамперед у цінових сегментах «середній плюс» та «високий».

На сьогоднішній день в Україні споживачеві пропонують такі різновиди соусів, як томатний і соєвий, майонез, гірчиця, кетчуп. Ринок вважається насиченим, і виробники постійно проводять активну роботу щодо створення рецептів нових продуктів. За даними досліджень підприємств, які виготовляють соусну продукцію, кожний другий споживач готовий спробувати соуси з оригінальними смаками та екзотичними добавками, оскільки хоче зробити щоденне меню більш різноманітним. Внаслідок цього почав активно розвиватись окремий сегмент так званих дресингів – комбінованих соусів на томатній або майонезній основі.

Продумані маркетингові кампанії, новітні технології та значні фінансові ресурси дозволяють великим гравцям поступово витіснити з ринку невеликих виробників, а також нарощувати обсяги експорту продукції.

Динаміка об'ємів ринка соусів в Україні в натуральному виразі наведено у табл.

2.1

Таблиця 2.1 Динаміка показників ємності ринка соусів в Україні

Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Виробництво, тис. тонн	269,69	277,95	263,81	269,14	268,15

Продовження таблиці 2.1

Експорт, тис. тонн	25,24	27,24	28,37	29,64	28,56
Імпорт, тис. тонн	16,97	18,78	19,69	20,13	19,25
Об'єм ринка, тис. тонн	261,42	269,48	255,13	259,63	258,68
Темп приросту, %		3,1	-5,3	1,79	-0,37

Прогнози показують, що негативна динаміка зберігатиметься і надалі. Основна причина: пропозиція значно переважає над попитом, зниження рівня платоспроможності населення.

У структурі виробництва соусів у розрізі товарних категорій сегмент майонезу займає більше 60%. Велика частка також належить кетчупу і томатним соусам, тоді як виробництво гірчиці та інших соусів займає менше 10% від загального обсягу виробництва продукції (рис. 2.1).

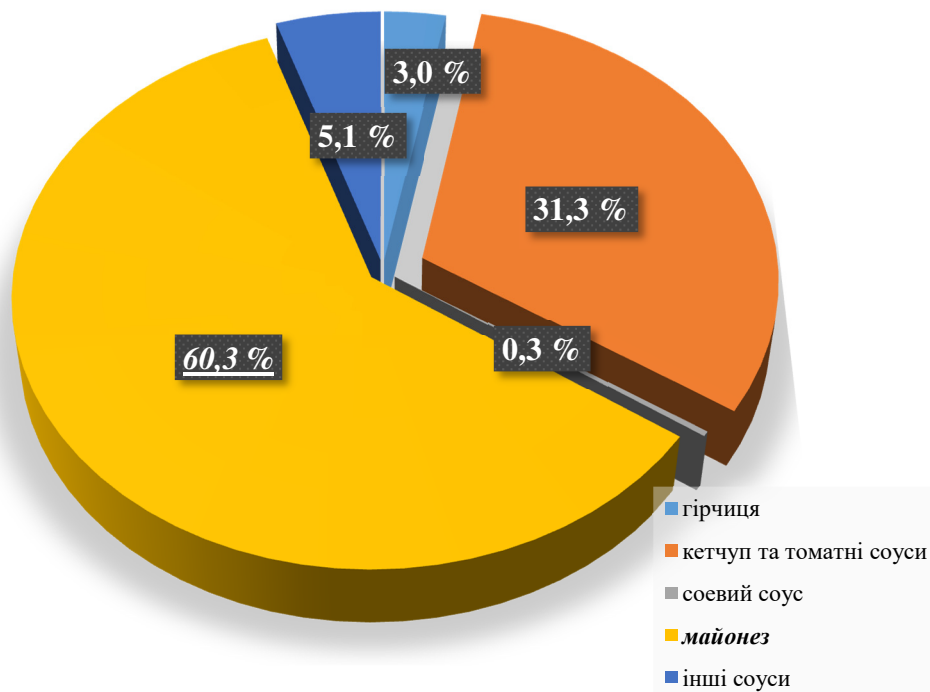


Рисунок 2.1 Продуктова структура ринку соусів в Україні (2020 рік)

Попит на майонез і соуси є постійним, схильний до незначної сезонності і має низьку еластичність. Споживання майонезу та інших соусів зростає перед святами, а також навесні. Взимку і восени більше користується попитом висококалорійний майонез (55% жирності і більше), а влітку і навесні - легкий (з жирністю 40-50%) та низькокалорійний (з жирністю менше 40%). У свідомості споживача майонез асоціюється з жирною і шкідливою для здоров'я продукцією, саме тому українці прагнуть знизити споживання майонезу. У цьому світлі - все більшої популярності набирають низькокалорійні майонези і соуси, які асоціюються з більш легкою і менш жирною заправкою. Їх частка на ринку всіх соусів поступово зростає. Головний критерій вибору, як і кетчупу, так і майонезу та інших соусів - смакові якості. Споживачеві важливі натуральність, насиченість смаку, поєднання соусу з іншими стравами. Тому можна сказати про лояльність покупців на даному ринку:

якщо споживач задоволений продуктом, він навряд чи захоче купувати якийсь інший. Також українці звертають увагу на ціну і країну-виробника

Як видно з рис. 2.1 майонез займає найбільшу питому в структурі виробництва та споживання соусів, та відповідно, визначає динаміку ринку.

Майонез це харчовий продукт, виготовлений на основі рослинних олій, і є жировою емульсією «масло у воді». Майонез має найблагородніше походження. Французька кухня нерозривно зв'язана з використанням соусів, яких налічується більше трьох тисяч. За традицією соуси називали іменами винахідників або місцевості, яким французи приписували ці кулінарні традиції. Так були придумані, наприклад, татарський соус (майонез з огірками і каперсами), російський соус (майонез з ікрою).

Майонез є одним з важливих жирових продуктів. Він має високу харчову і смакову цінність, що зумовлено великим набором харчових, смакових речовин, які знаходяться у емульсійній структурі. Майонези вживають як приправи для покращення смаку і засвоюваності продуктів, а також як добавки при виготовленні харчових продуктів (креми для кондитерських виробів, пудингів, тощо).

Майонезний ринок вважається досить гнучким і рухливим. Холодні соуси не випускають "на склад" (через невеликі в порівнянні з іншими видами олійножирової продукції терміни зберігання). Вони виготовляються під замовлення торгівлі, що відстежує потреби покупців.

Асортимент майонезів на сьогодні надзвичайно широкий, і тому згідно з ГОСТ Р 50174-92 майонез ділять на групи в залежності від масової частки жиру: висококалорійний - більше 55%, середньокалорійний - 40-50%, низькокалорійний - менше 40%. У залежності від призначення майонез поділяють на дві групи: закусочні і для дитячого і дієтичного харчування. До закусочним відноситься майонез столовий, з прянощами, гострий з смаковими і желюючими добавками.

Для дитячого і дієтичного харчування призначені майонез зі смаковими і желюючими добавками, солодкий, майонезний крем, дієтичний. За кордоном прийнята умовна класифікація емульсійних продуктів типу майонез - масовою часткою жиру більше 75%, вмістом яєчного білка як емульгатора, без загусників;

емульговані соуси - з масовою часткою жиру менше 75%, з загусниками. У залежності від консистенції майонезні продукти ділять на сметаноподібні, пастоподібні, кремоподібні і рідкі. Види майонезів:

- майонези бутербродні - група майонезів, що мають кремоподібну консистенцію та призначені для виготовлення бутербродів в домашній кулінарії та на підприємствах ресторанного господарства;

- майонези десертні - група майонезів, що мають консистенцію густої сметани або кремоподібну та призначені для виготовлення десертів в домашній кулінарії та на підприємствах ресторанного господарства;

- майонези столові - група майонезів, що мають сметаноподібну консистенцію та призначені для вживання в їжу як приправа або добавка під час виготовлення страв в домашній кулінарії та на підприємствах ресторанного господарства;

Майонез випускаються в різній тарі і різної ємності: скляні банки; пластикове відро; пластиковий лоток; лежачий пакет (саше, філ-пак); стоячий пакет (дой-пак з закруткою-носиком); інше. Більше 80% продукції виготовляється в дой-паках, оскільки даний вид пакування дуже зручний у використанні і зберіганні. При цьому продукція в дой-паках на 10-15% дешевше продукції в скляній тарі. Що стосується цінової кон'юнктури ринку майонезу, то виділяють три сегменти: соуси преміум-класу (їх частка становить 10-15%), майонез середньоцінового сегмента (частка 60%) і майонез економ-класу (25%). У скляній тарі найчастіше продається продукція преміум класу, так як скло асоціюється з високою якістю продукту і гарантією високого ступеня його збереження.

Зазвичай майонез купують один раз на місяць (33% споживачів), один раз на два місяці купують 31% споживачів, один раз на тиждень - 21%, раз на три місяці і рідше - 15%.

Сьогодні на ринку майонезів Україні присутні близько 120-150 виробників майонезу (за даними об'єднання „Укроліяпром”). Цей показник коливається оскільки на споживчому ринку з'являється багато дрібних виробників, які виготовляють майонез сезонно.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
						34
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Асортиментний ряд майонезів на українському ринку представлений такими лідерами виробництва як:

1. ПрАТ «Волиньхолдинг» (ТМ Торчин): «Європейський», «Провансаль Традиційний», «Провансаль Домашній», «Делікатесний»;

2. ПАТ «Львівський жиркомбінат» (ТМ «Щедро»): «Провансаль ORGANIC», «Авокадо», «Львівський Преміум», «Провансаль Преміум», «Провансаль», «Провансаль Золотий», «Салатний», «Пісний», «З хрінном», «Сирний», «Грибний», Пісний «Оливковий»;

3. ЧПКФ «Пані Крістіна» (ТМ (Classic): «Провансаль Французський», «Провансаль Яєчний», «Провансаль Оригінал», «Провансаль улюблений», та (ТМ «Holidey»): «Провансаль Апетитний», «Провансаль Апетитний з кальцієм», «Провансаль Оригінал з кальцієм», «Провансаль Пісний»;

4. ПрАТ «Чумак»: «Справжній», «Апетитний», «Справжній Легкий», «Провансаль», «Пісний», «Яєчний»;

5.ПП «Віктор і К» (ТМ «Королівський смак»): «Європейський на перепелиних яйцях», «Королівський», «Лагідний», «До посту», «Імператорській», «Кулінарній», «Оливковий», «Провансаль», «Святковий», «Весняний», «Чудовий»;

6. ТОВ «Авіс» (ТМ «Вінницький»): «Вінницький», «Вінницький пісний», «Вінницький PROFESSIONAL» та (ТМ «Майо»): «Вишуканий», «Делікатесний», «Легкий», «Салатний»;

7. ЗАТ «Марг-Вест» (ТМ «Славолія»): «Провансаль», «Оливковий», «Пікантний», «Чудесний», «Грибний»;

Виробників майонезу на вітчизняному ринку умовно поділяють на три групи: масложирові комбінати, що працюють з радянських часів, нові компанії з агресивною маркетинговою політикою і дрібні регіональні фірми, які не мають власних брендів.

У першій групі можна відзначити такі великі компанії, як: ПрАТ «Волиньхолдинг», ПрАТ «Львівський жиркомбінат», ПАТ «Чумак», ТОВ «Оліс», вони утримують 40% всього українського ринку. Серед другої групи виділяються ПП «Віктор і К», ТОВ «ТК«Урожай », ТОВ «Прайм-Продукт». Третя група утримує

										Лист
										35
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

18% ринку майонезу, до них відносяться: ТОВ «Багатопрофільне підприємство» Кристал», ТОВ «Нововодолазький масложировий комбінат» та інші.

Серед вітчизняних марок майонезу протягом останніх років лідирує ТМ «Торчин продукт»: частка продукції цієї компанії на внутрішньому ринку майонезу дорівнює близько 36%. Біля 12% ринку утримує ТМ «Щедрий дар» виробництва Львівського жирового комбінату (рис. 2.2).

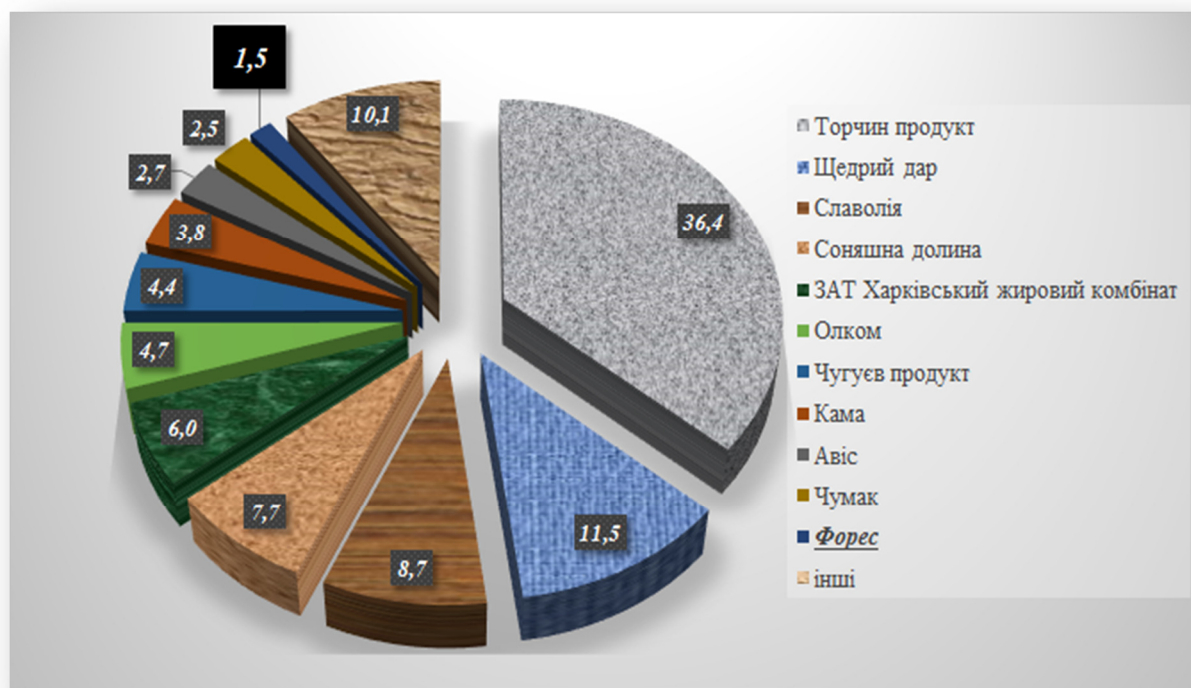


Рисунок 2.2 Конкурентна структура ринку майонезу України (2020 рік)

Щодо динаміки обсягів імпорту та експорту майонезної продукції в Україні в останніх роках, слід відзначити відсутність характерних тенденцій. Протягом зазначеного періоду в нашу країну майонези активніше ввозився, ніж вивозився: обсяги імпорту в натуральних одиницях виміру більш ніж удвічі перевищують обсяги експорту.

У нашу країну майонези імпортують виробники з понад 27 країн. При цьому основним постачальником є Польща - питома вага імпорту продукції з цієї країни в загальному обсязі імпорту склала 34%. Значна частка належить імпортерам з Німеччини (24%), Росії (20%) та Австрії (9,4%). Більш скромними постачальниками є Нідерланди, Великобританія, Чехія, Ізраїль. Ця структура відображена на рис. 2.2.

На ринку майонезу та інших соків України існує ряд загальних ризиків, які можуть викликати негативні наслідки, як у діяльності гравців, так і на ринку в цілому:

1. Ризики зростання цін і собівартості роблять сильний вплив на розвиток галузі. Сировинна та енергетична складова є ключовими статтями витрат виробників. Поточне збільшення вартості комунальних послуг та сировини призводить до необхідності операторів піднімати роздрібну ціну продукції або терпіти збитки.

2. Ризики політичної нестабільності. Поточна нестабільна політична ситуація в Україні призвела до того, що індекс інвестиційної привабливості країни за оцінками Європейської бізнес асоціації за підсумками 2014 знизився до п'ятирічного мінімуму - 1,81 бали з максимальних 5 балів. Однак за 1 квартал 2015 індекс збільшився до 2,72 балів, при цьому рейтинг Східної України склав 1,9 бала. Майбутнє врегулювання ситуації сприятиме зростанню інвестиційної привабливості України.

3. Ризики фінансової нестабільності включають коливання курсу валют і зростання процентних ставок за кредитами, а також загальнодержавні інфляційні процеси. На загальний фінансовий стан споживачів і виробників робить вплив стан загальної політико-економічної ситуації в Україні.

4. Ризики, пов'язані з налагодженою системою збуту. Дана група ризиків актуальна з урахуванням поточної політичної ситуації в Україні. Так, поставки продукції в деякі регіони вельми складні

5. Ризики зміни споживчих переваг полягають у можливості вибору товару-замінника зі схожими характеристиками і корисними якостями. Переваги покупці можуть варіювати залежно від їх фінансового стану, смакових переваг і інших факторів. Наприклад, останні роки зростає сегмент низькокалорійного майонезу. Це обумовлено перемиканням споживачів на більш низькокалорійні продукти і тим, що група салатних майонезів, в тому числі і вироблених за ТУ, дешевше майонезів з традиційною рецептурою.

За оцінками експертів, вітчизняний ринок майонезної продукції наближається до насичення. Саме тому проблема створення та просування нових торгових марок є актуальною для підприємств. Основними сигналами насичення ринку можна вважати зменшення темпів виробництва, стабілізацію рівня імпорту, витіснення з ринку

										Лист
										37
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

неякісного майонезу, появу та просування нових національних брендів. При цьому незаперечним фактором успішності торгової марки є якість – сукупність показників, що відображають прояв багатьох факторів: від динаміки та рівня розвитку національної економіки до вміння організувати та управляти процесами формування якості. За світовим досвідом відомо, що саме в умовах відкритої ринкової економіки проявляються фактори, які роблять якість умовою виживання товаровиробників, мірилом результативності їхньої господарської діяльності.

2.2. Характеристика та аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Форес»

ТОВ «Форес» яке розташовується за адресою м. Одеса, вул. Одарія, 9 засноване у 1995 році. Підприємство атестоване на виробництво такої продукції: під торгівельною маркою «Форес» майонези столові висококалорійні «Царський», «Маестро», «Флораль»; під торгівельною маркою «Розмай» майонези столові низькокалорійні «Провансаль Салатний», «Провансаль Домашній», майонез висококалорійний «Провансаль Класичний».

Підприємство складається з таких основних структурних підрозділів:

відділи:

- бухгалтерія;
- лабораторія;
- відділ збуту;
- відділ сировини;
- технічний відділ;
- відділ маркетингу;
- відділ упакування;
- відділ автоматизованих систем управління;

цехи:

- цех з виробництва та фасування майонезу.

Структурні підрозділи не є самостійними юридичними особами. Зміна організаційної структури не планується.

Враховуючи маркетингові дослідження попит та смаки споживачів фірма пропонує широкий вибір фасовки: 30-50г (корекс-палет – для пробної покупки), 200г

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		38

(дой-пак), склобанка (440г, 820г, 1400мл), 1, 3-х та 10-ти кілограмові відра. Упаковка відрізняється сучасним дизайном, захистом від підробок, оригінальністю, зручністю, економічністю.

Основними цілями роботи підприємства є виробництво тільки високоякісної та прибуткової продукції, моментальне реагування на зміни кон'юнктури ринку з допомогою використання прийомів логістики та маркетингу, забезпечення постійного, рівномірного надходження коштів від реалізації продукції на рахунки підприємства для придбання сировини, допоміжних матеріалів, сучасного обладнання. Серцем підприємства є відділення по виготовленню майонезів. Безпосереднє приготування майонезів відбувається в міксері-гомогенізаторі Швейцарської фірми «Фріма-Корума», яка являється світовим лідером по випуску обладнання для виробництва соусів. Високотехнологічність та якість цього обладнання не визивають сумнівів.

Для збереження первинного смаку майонезів, потрібна сучасна упаковка та фасовочне обладнання. В відділенні фасовки представлено обладнання лідерів галузі по виробництву машин для упаковки харчових продуктів з Німеччини, Ізраїлю, Польщі та Болгарії.

Лабораторія підприємства атестована на право проведення вимірювань у сфері поширення метрологічного нагляду. На кожен партію продукції, що виходить з підприємства, лабораторією видається посвідчення якості та сертифікат відповідності продукції нормативно-технічної документації, по якій вона виробляється. Продукція проходить ветеринарно-санітарне обстеження на відповідність санітарного стану, дотримання технологічних режимів, якості продукції, ветеринарно-санітарним вимогам та нормативної документації.

Компанія «Форес» працює у галузі продуктів харчування вже п'ятнадцять років та радує споживачів гарним майонезом. Унікальні рецептури, сучасні технологічні лінії, що відповідають світовим стандартам харчової промисловості, професіоналізм та навички команди забезпечують високу якість майонезу. Жорсткий лабораторний контроль якості готової продукції, а також вакуумна упаковка майонезу забезпечує довге зберігання.

						БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			39

За п'ятнадцять років роботи на ринку ТОВ «Форес» заслужило довіру та повагу споживачів та партнерів, конкурентів та клієнтів. Продукція, що виробляється на нашому підприємстві, продається по всім куточкам України, в Криму, Молдові та Ізраїлі.

На підприємстві побудовані сучасні складські приміщення з холодильними камерами та відділом експедиції. Жорсткий облік і патентування продукції дозволяє зручно скомпонувати замовлення клієнта, якісно та швидко загрузити та доставити майонез до споживача.

Щорічно видозмінюється асортимент компанії «Форес» як за рахунок випуску нових видів продукції, так і нових видів упаковки. Продукція нашого підприємства приймає участь у виставках та професійних конкурсах. В 2002 році підприємство стало лауреатом загальнонаціонального конкурсу «Вища проба» за виробництво високоякісних та конкуренто спроможних майонезів. Того ж року Міжнародний Академічний Рейтинг популярності та якості «Золота Фортуна» нагородила усі майонези «Форес» дипломом «Якість третього тисячелеття». У 2004 році майонез «Царський» став переможцем дегустаційного конкурсу галузевого рейтингу «Кращий виробник року» і отримав «Зірку якості». Але і тепер компанія «Форес» не зупиняється на досягнутому і прагне підкорити нові висоти.

Основні ринки збуту: м. Київ ПП «Всесвіт Ко», м. Одеса ТОВ «Альянс», ТОВ «Таврія В», м. Дніпропетровськ ТОВ «Золотий Орлан», м. Херсон ПП «Віжес», м. Миколаїв ТОВ «ІРБІС», Крим м. Семфірополь ТОВ «КПК», м. Хмельницьк ТОВ «ТД»Тандем профіт», м.Івано-Франківськ ТОВ «ОЛБІ ІФ», м. Тернопіль ТОВ «ТДК», м. Ужгород ТОВ «ТІК», Молдова м. Кишинів ТОВ «Глорінал груп», м. Тирасполь ТОВ «Шериф».

Аналіз виробничо-господарської діяльності ТОВ «Форес»

Аналіз обсягу виробництва й реалізації продукції

Для аналізу обсягу випуску продукції в натуральному й вартісному вираженні складемо аналітичну таблицю 2.2.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		40

Таблиця 2.2 Виробництво продукції в натуральному й вартісному виразі

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення	
			абс	відн
1. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ), тис. грн.				
у діючих цінах	28542,0	29215,0	673,0	2,4
у порівнянних цінах	28542,0	28709,4	167,4	0,6
2. Фактично вироблено продукції, тонн	2046,0	2058,0	12,0	0,6

Як видно з таблиці, в наступному році в порівнянні з попереднім роком збільшився обсяг виробництва промислової продукції у вартісному виразі: у діючих оптових цінах підприємства зростання склало 673,0 тис. грн. в абсолютному виразі або 2,4% у відносному. Обсяг виробленої продукції в порівнянних цінах збільшився на 167,4 тис. грн. (0,6%). Обсяг продукції в натуральному вираженні в наступному році в порівнянні з попереднім роком збільшився на 12 тонн або 0,6%. Зміна обсягу виробництва продукції у вартісному й натуральному виразі свідчить про стабільність конкурентної позиції підприємства на ринку. Переважне зростання обсягу виробленої продукції в діючих цінах над обсягом виробленої продукції в натуральному виразі та в порівнянних цінах говорить про зростання середніх цін на продукцію підприємства.

Для аналізу використання виробничої потужності складемо таблицю 2.3.

Таблиця 2.3 Використання виробничої потужності підприємства

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн	2750	2820	70
2. Фактично вироблено продукції, тонн	2046	2058	12
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,744	0,730	-0,014

Підприємство володіє відносно невеликими виробничими потужностями, які в наступному році порівняно з попереднім роком зросли на 70 тонн, що свідчить про нарощування виробничого потенціалу підприємства. Виробнича потужність характеризується високим рівнем використання, про що свідчить значення коефіцієнта використання виробничої потужності, що в попередньому році перебувало на рівні 74,4%, а в наступному році зменшилося на 1,4% і склало 73,0%.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		41

Для визначення впливу середніх цін на продукцію та обсягу виробленої продукції в натуральному виразі на зміну об'єму виробленої продукції в діючих цінах складемо таблицю 2.6.

Вплив зміни фактичного обсягу виробленої продукції в натуральному виразі на зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах складає:

$$\Delta \text{ВП (ОВ)} = (2058,0 - 2046,0) * 13950,15 = 167,4 \text{ тис. грн.}$$

Вплив зміни середньої оптової ціни на зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах складає:

$$\Delta \text{ВП (Ц)} = (14195,82 - 13950,15) * 2058,0 = 505,6 \text{ тис. грн.}$$

Загальний вплив чинників на зміну об'єму виробленої продукції в діючих цінах складає:

$$\Delta \text{ВП} = 167,4 + 505,6 = 673,0 \text{ тис. грн.}$$

або

$$\Delta \text{ВП} = 29215,0 - 28542,0 = 673,0 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.4. Вплив зміни середньої оптової ціни й фактичного випуску продукції в натуральних одиницях на обсяг виробництва продукції в діючих цінах

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення		
			Разом	У тому числі за рахунок	
				ОП	Ц
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах (без ПДВ та акцизного збору), тис. грн.	28542,0	29215,0	673,0	167,4	505,6
2. Фактично вироблено продукції, тонн	2046,0	2058,0	12,0	167,4	-

Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах зріс на 673 тис. грн., обсяг виробленої промислової продукції в натуральному виразі збільшився на 12 тонн, середня оптова ціна однієї тонни продукції зросла на 245,67 грн. Як видно з таблиці, на зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах обидва фактори вплинули позитивно: через зростання обсягу виробленої продукції в натуральному

											Лист
											42
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	БЕП-31.12.002.КРБ						

виразі обсяг продукції в діючих цінах збільшився на 167,4 тис. грн, а за рахунок зростання оптових цін на продукцію обсяг виробництва збільшився на 505,6 тис. грн. Т.ч., зростання обсягу продукції в діючих цінах відбулося, головним чином, внаслідок зростання середніх цін на продукцію підприємства.

Для аналізу реалізації продукції складемо аналітичну таблицю 2.5.

Таблиця 2.5 Співвідношення обсягу виробленої й реалізованої продукції

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення	
			абс	відн
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	28542,0	29215,0	673,0	2,4
2. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн	28467	28111	-356,0	-1,3
3. Відхилення обсягу реалізації від обсягу виробництва, тис. грн.	75,0	1104,0	1029, 0	1372,0

В попередньому році відхилення обсягу реалізованої продукції від обсягу виробленої продукції становило 75,0 тис. грн. (0,2% від обсягу виробництва), у той час, як в наступному році це відхилення склало 1104,0 тис. грн. (3,8 % від обсягу виробництва), що свідчить про те, що підприємство на початку кожного року реалізує залишки продукції минулого року. Також, через значне зростання залишків продукції можна стверджувати про зниження ефективності діяльності підприємства по реалізації продукції.

Аналіз динаміки, структури й ефективності використання основних засобів

Для аналізу динаміки основних засобів складемо аналітичну таблицю 2.6.

Таблиця 2.6 Зміна наявності основних засобів і їхні динаміки

Основні засоби	Наяв-ть на початок року	Надійшло у наступному році		Вибуло у наступному році		Наяв-ть на кінець року	Відхилення	
		всього	у т.ч. нових	всього	у т.ч. ліквідовано		абс	відн
Попередній рік								
Усього по підприємству, у т.ч.	5682	313	4	0	0	5995	313	5,51
ОЗ основного виду діяльності	5682	313	4	0	0	5995	313	5,51
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-	-	-

Продовження таблиці 2.8

Наступний рік								
Усього по підприємству, у т.ч.	5995	35	35	0	0	6030	35	0,58
ОЗ основного виду діяльності	5995	35	35	0	0	6030	35	0,58
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-	-	-

В попередньому році вартість основних засобів на кінець року збільшилася на 313 тис. грн. або 5,51% у відносному виразі, що відбулося внаслідок зростання на цю суму вартості основних засобів основного виду діяльності. Невиробничі основні засоби та основні засоби інших галузей на балансі підприємства як в попередньому, так і в наступному році відсутні. В наступному році вартість основних засобів на кінець року збільшилася на 35 тис. грн. або 0,58% у відносному виразі, що також відбулося внаслідок зростання на цю суму вартості основних засобів основного виду

									Лист
									44
Изм.	Лист	№ докум.	Підпись	Дата					

діяльності. Динаміка вартості основних засобів в цілому є позитивною та свідчить про нарощування підприємством свого технічного потенціалу.

Значення коефіцієнтів динаміки основних засобів представимо у вигляді таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 Коефіцієнти динаміки основних засобів

Коефіцієнт	Попередній рік	Наступний рік	абсолютне відхилення
Відновлення ОЗ	0,052	0,006	-0,046
Відновлення ОЗ основного виду діяльності	0,052	0,006	-0,046
Введення ОЗ	0,001	0,006	0,005
Введення ОЗ основного виду діяльності	0,001	0,006	0,005
Вибуття ОЗ	0,000	0,000	0,000
Вибуття ОЗ основного виду діяльності	0,000	0,000	0,000

Як в попередньому, так і в наступному році значення коефіцієнтів відновлення основних засобів (0,052 та 0,006) більше значень коефіцієнтів вибуття, які дорівнюють нулю в кожному році. Таким чином, відтворення основних засобів на підприємстві здійснюється шляхом придбання нових основних засобів, а не заміни старих, що приводить до нагромадження застарілого обладнання й стримує зростання економічної ефективності основних засобів.

Абсолютні значення коефіцієнтів свідчать про досить активне збільшення підприємством своєї технічної бази.

Для аналізу структури основних засобів складемо таблицю 2.8.

Таблиця 2.8 Зміна структури основних засобів

Основні засоби	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %
Попередній рік						
Всього по підприємству, у т.ч.	5682	100,0	5995	100,0	313	-

ОЗ основного виду діяльності	5682	100,0	5995	100,0	313	0
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-
Наступний рік						
Всього по підприємству, у т.ч.	5995	100,0	6030	100,0	35	-
ОЗ основного виду діяльності	5995	100,0	6030	100,0	35	0
ОЗ інших галузей	-	-	-	-	-	-
Невиробничі ОЗ	-	-	-	-	-	-

Як видно з таблиці, в попередньому і наступному роках максимальну питому вагу в структурі основних засобів підприємства займають основні засоби основного виду діяльності: їхня частка протягом всього періоду дослідження становила 100%. Відповідно, питома вага в структурі основних засобів підприємства основних засобів інших галузей та невиробничих основних засобів дорівнює нулю. Структура основних засобів підприємства свідчить про зосередженість підприємства виключно на основній діяльності. Первісна вартість основних засобів підприємства протягом двох років зросла на 348 тис. грн. (6030 - 5682).

Для аналізу технічного стану основних засобів складемо таблицю 2.9.

Таблиця 2.9 Зміна технічного стану основних засобів

Показники	На початок року	На кінець року	Відхилення
Попередній рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн.	5682	5995	313,0
2. Знос, тис. грн.	3053	3702	649,0
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн.	2629	2293	-336,0
4. Коефіцієнт придатності	0,463	0,382	-0,081
5. Коефіцієнт зносу	0,537	0,618	0,081
Наступний рік			
1. Первісна вартість ОЗ, тис. грн.	5995	6030	35,0
2. Знос, тис. грн.	3702	3958	256,0
3. Залишкова вартість ОЗ, тис. грн.	2293	2072	-221,0
4. Коефіцієнт придатності	0,382	0,344	-0,038

Показники	На початок року	На кінець року	Відхилення
5. Коефіцієнт зносу	0,618	0,656	0,038

Як видно з наведеної таблиці, протягом двох досліджуваних років вартість основних засобів змінювалася у бік збільшення: в попередньому році вона збільшилася на 313 тис. грн, при зменшенні залишкової вартості на 336 тис. грн. В наступному році первісна вартість основних засобів зросла на 35 тис. грн, у той час, як залишкова вартість зменшилася на 221 тис. грн. Значення коефіцієнтів придатності й зносу і їхня динаміка, що характеризують технічний стан основних засобів підприємства і його динаміку, свідчать про погіршення цього стану як в попередньому році (на 0,081 скоротився коефіцієнт придатності при відповідному збільшенні коефіцієнта зносу), так і в наступному році (на 0,038 скоротився коефіцієнт придатності при відповідному збільшенні коефіцієнта зносу). В цілому, зміни в технічному стані основних засобів підприємства негативні: протягом двох років коефіцієнт придатності зменшився на 0,119 при аналогічному зростанні коефіцієнта зносу.

Для аналізу показників ефективності використання основних засобів складемо аналітичну таблицю 2.10.

Таблиця 2.10 Показники ефективності використання основних засобів

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Абсолютне відхилення
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28542,0	28709,4	167,4
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн.	5838,5	6012,5	174,0
3. Фондовіддача, грн/грн	4,889	4,775	-0,114
4. Фондоємність, грн/грн.	0,205	0,209	0,006

В наступному році в порівнянні з попереднім роком ефективність використання основних засобів основного виду діяльності знизилася: на кожен гривню вартості основних засобів випуск продукції зменшився на 11,4 коп. Фондоємність продукції збільшилася на 0,6 коп. в розрахунку на одну гривню вартості продукції, що також свідчить про зниження ефективності використання основних засобів підприємства.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист 47
Изм.	Лист	№ докум.	Підпись	Дата		

Для аналізу впливу зміни фондівддачі й вартості основних засобів підприємства на відхилення обсягу виробництва продукції складемо аналітичну таблицю 2.13.

Методом факторного аналізу розрахуємо вплив на зміну обсягу виробленої продукції в порівняних цінах зміни середньорічної вартості основних засобів основного виду діяльності та фондівддачі.

Вплив зміни середньорічної вартості основних засобів основного виду діяльності на зміну обсягу виробленої продукції в порівняних цінах складає:

$$\Delta ВП (ОЗ) = (6012,5 - 5838,5) * 4,901 = 852,8 \text{ тис. грн.}$$

Вплив зміни фондівддачі на зміну об'єму виробленої продукції в порівняних цінах складає:

$$\Delta ВП (ФВ) = (4,766 - 4,901) * 6012,5 = -812,7 \text{ тис. грн.}$$

Загальний вплив чинників на зміну об'єму виробленої продукції в порівняних цінах складає:

$$\Delta ВП = 852,8 - 812,7 = 40,1 \text{ тис. грн.}$$

або

$$\Delta ВП = 28657,1 - 28617,0 = 40,1 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.11 Вплив зміни фондівддачі й вартості основних засобів на зміну обсягу виробництва продукції

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення		
			разом	У т.ч. за рахунок	
				ОЗ	ФВ
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28542,0	28709,4	167,4	850,6	-683,2
2. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн.	5838,5	6012,5	174,0	850,6	-
3. Фондівддача, грн/грн	4,889	4,775	-0,114	-	-683,2

В наступному році в порівнянні з попереднім роком середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності збільшилася на 174,0 тис. грн.

фондовіддача зменшилася на 11,4 коп. Як видно з розрахунків, фактор вартості основних засобів вплинув позитивно - за рахунок його дії обсяг продукції в порівнянних цінах збільшився на 850,6 тис. грн. Зниження фондівіддачі призвело до зменшення обсягу виробленої продукції в порівнянних цінах на 683,2 тис. грн. Таким чином, зростання обсягу виробленої продукції відбулося внаслідок зростання вартості основних засобів при зниженні ефективності їх використання, що в цілому є негативним явищем.

Аналіз динаміки, структури й ефективності використання оборотних коштів

Для аналізу складу, структури й динаміки оборотних коштів складемо аналітичну таблицю 2.12.

Таблиця 2.12 Склад, структура й динаміка оборотних коштів

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	тис. грн	%	тис. грн.	%	тис. грн	%
Попередній рік						
Оборотні кошти	9001	100,00	8575	100,00	-426	-4,7
Виробничі запаси	3399	37,76	2666	31,09	-733	-21,6
Незавершене виробництво	-	-	-	-	-	-
Готова продукція	4	0,04	6	0,07	2	50,0
Товари	-	-	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість	4469	49,65	4563	53,21	94	2,1
Грошові кошти	7	0,08	4	0,05	-3	-42,9
Інші оборотні кошти	1120	12,44	1332	15,53	212	18,9
Витрати майбутніх періодів	2	0,02	4	0,05	2	100,0
Наступний рік						
Оборотні кошти	8575	100,00	9254	100,00	679	7,9
Виробничі запаси	2666	31,09	2565	27,72	-101	-3,8
Незавершене виробництво	-	-	-	-	-	-
Готова продукція	6	0,07	7	0,08	1	16,7
Товари	-	-	-	-	-	-
Дебіторська заборгованість	4563	53,21	5079	54,88	516	11,3
Грошові кошти	4	0,05	52	0,56	48	1200,0
Інші оборотні кошти	1332	15,53	1549	16,74	217	16,3

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення	
	тис. грн	%	тис. грн.	%	тис. грн	%
Витрати майбутніх періодів	4	0,05	2	0,02	-2	-50,0

На початок базового року в структурі оборотних коштів найбільшу питому вагу мали виробничі запаси – 37,76% та дебіторська заборгованість – 49,65%. Питома вага інших оборотних коштів склала 12,44%. Заслужує на увагу той факт, що інші елементи оборотних коштів мали вкрай незначну питому вагу. Під кінець року відбулися значні зміни в структурі оборотних коштів: питома вага виробничих запасів зменшилася до 31,09%, при збільшенні питомої ваги дебіторської заборгованості до 53,21% та інших оборотних коштів до 15,53%. В наступному році також відбулися значні зміни в структурі оборотних коштів - питома вага виробничих запасів зменшилася до 27,72%, при зростанні дебіторської заборгованості до 54,88% та інших оборотних коштів до 16,74%. В абсолютному виразі можна відзначити значне зростання дебіторської заборгованості (94 тис грн. в попередньому році та 516 тис грн. в наступному) та інших оборотних коштів (212 тис грн. в попередньому році та 217 тис грн. в наступному), а також зменшення виробничих запасів (733 тис грн. в попередньому році та 101 тис грн. в наступному), що свідчить про активізацію комерційної діяльності та зниження ефективності виробничої діяльності підприємства. У цілому структура й абсолютна величина всіх елементів оборотних коштів недостатньо ефективна: велика питома вага засобів обігу (дебіторської заборгованості та інших оборотних коштів) свідчить про зосередження коштів у сфері обігу (реалізації), де не створюється додана вартість.

Для аналізу ефективності використання оборотних коштів складемо таблицю 2.13.

Таблиця 2.13 Показники оборотності оборотних коштів

Показник	Попередній рік	Наступний рік	абсолютне відхилення
1. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28467	28111	-356,0
2. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн.	8788,0	8914,5	126,5
3. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	3,24	3,15	-0,09

Показник	Попередній рік	Наступний рік	абсолютне відхилення
4. Швидкість одного обороту оборотних коштів, днів	112,7	115,7	3,1
5. Коефіцієнт закріплення оборотних коштів	0,309	0,317	0,008

Як видно з таблиці, в наступному році в порівнянні з попереднім роком оборотність оборотних коштів уповільнилася на 0,09 оборотів, швидкість одного обороту збільшилася на 3,1 дня, коефіцієнт закріплення оборотних коштів збільшився на 0,008. Уповільнення оборотності оборотних коштів з негативної сторони характеризує роботу підприємства по управлінню оборотними активами підприємства, тому що свідчить про необхідність залучення додаткових коштів до господарського обігу.

Для оцінки ефективності використання матеріальних ресурсів складемо таблицю 2.14.

Методом факторного аналізу розрахуємо вплив на зміну обсягу виробленої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору) зміни суми матеріальних витрат і матеріаловіддачі.

Вплив зміни суми матеріальних витрат на обсяг виробленої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП (МВ)} = (20015 - 20681) * 1,380 = -919,2 \text{ тис. грн.}$$

Вплив зміни матеріаловіддачі на обсяг виробленої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП (МО)} = (1,460 - 1,380) * 20015 = 1592,2 \text{ тис. грн.}$$

Загальний вплив чинників на зміну об'єму виробленої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП} = -919,2 + 1592,2 = 673,0 \text{ тис. грн.}$$

або

$$\Delta \text{ВП} = 29215,0 - 28542,0 = 673,0 \text{ тис. грн.}$$

						БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			51

Таблиця 2.14 Показники ефективності використання сировини й матеріалів

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення		
			разом	У т.ч. за рахунок	
				Мат. витрат	Матеріаловіддачі
1. Обсяг виробленої промислової продукції в діючих цінах (без ПДВ), тис. грн.	28542,0	29215,0	673,0	-919,2	1592,2
2. Матеріальні витрати, тис. грн.	20681	20015	-666	-919,2	-
3. Матеріаловіддача, грн/грн	1,380	1,460	0,080	-	1592,2
4. Матеріалоемність, грн/грн	0,725	0,685	-0,039	-	-

Матеріальні витрати в наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшилися на 666 тис. грн, при цьому показники використання матеріальних ресурсів дещо покращилися: показник матеріаловіддачі збільшився на 0,080 грн. при відповідному зменшенні показника матеріалоемності на 0,039 грн. Як видно з таблиці, фактори (зміна матеріаловіддачі й матеріальних витрат) неоднаково вплинули на зміну обсягу виробленої продукції: збільшення матеріаловіддачі призвело до зростання обсягу продукції на 1592,2 тис. грн., а зменшення матеріальних витрат до зниження обсягу виробництва на 919,2 тис. грн.

Таким чином, зростання обсягу виробленої продукції відбулося за рахунок зростання ефективності використання матеріальних ресурсів при зниженні їх загальної величини.

Аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами та ефективності їхнього використання

Для аналізу руху робочої сили складемо аналітичну таблицю 2.15.

Таблиця 2.15 Показники руху робочої сили

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення
1. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	49	41	-8
2. Прийнято працівників, осіб	9	12	3
3. Вибуло працівників, осіб	14	16	2

З них за власним бажанням, звільнено за прогул і інші порушення трудової дисципліни, невідповідність займаній посаді	12	15	3
4. Коефіцієнт обороту по прийому	0,184	0,293	0,109
5. Коефіцієнт обороту по вибуттю	0,286	0,390	0,105
6. Коефіцієнт плинності робочої сили	0,245	0,366	0,121

В наступному році в порівнянні з попереднім роком середньообікова чисельність штатних працівників облікового складу зменшилася на 8 осіб, при цьому в попередньому році на роботу було прийнято 9 осіб, звільнено 14 осіб, в наступному році прийнято 12 осіб, звільнено 16 осіб. Як в попередньому, так і в наступному році основними причинами звільнення працівників були: власне бажання, прогули й інші порушення трудової дисципліни, невідповідність займаній посаді. Значення показників руху робочої сили, а також динаміка цих показників, свідчать про те, що і в попередньому і в наступному роках на підприємстві спостерігається незначний рух робочої сили, що є позитивною характеристикою. Скорочення плинності кадрів повинне бути резервом підвищення продуктивності праці й результатів діяльності підприємства.

Обсяг виробництва продукції, насамперед, залежить від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами, і ефективності їхнього використання. Для аналізу впливу трудових факторів на обсяг виробництва продукції складемо аналітичну таблицю 2.16.

Методом факторного аналізу розрахуємо вплив на зміну обсягу виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ і акцизного збору) зміни середньооблікової чисельності персоналу і продуктивності праці.

Вплив зміни середньооблікової чисельності персоналу на зміну обсягу виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП} (\text{Чсо}) = (41 - 49) * 584,02 = -4672,2 \text{ тис. грн.}$$

Вплив зміни продуктивності праці (середньорічного виробітку одного працівника) на зміну обсягу виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП} (\text{Всп}) = (698,95 - 584,02) * 41 = 4712,3 \text{ тис. грн.}$$

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		53

Загальний вплив чинників на зміну обсягу виробленої продукції в зіставних цінах (без ПДВ і акцизного збору) складає:

$$\Delta \text{ВП} = -4672,2 + 4712,3 = 40,1 \text{ тис. грн.}$$

або

$$\Delta \text{ВП} = 28657,1 - 28617,0 = 40,1 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.16 Вплив трудових факторів на обсяг виробництва продукції

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	відхилення		
			разом	У т.ч. за рахунок	
				Чсо	Всп
1. Обсяг виробленої промислової продукції в порівнянних цінах (без ПДВ), тис. грн.	28542,0	28709,4	167,4	-4659,9	4827,3
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб	49	41	-8	-4659,9	-
3. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн.	582,49	700,23	117,74	-	4827,3

В наступному році в порівнянні з попереднім роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зменшилася на 8 осіб, середньорічний виробіток одного працівника збільшився на 117,74 тис. грн.

Фактор зміни чисельності персоналу призвів до зменшення обсягу виробленої продукції у порівнянних цінах на 4659,9 тис. грн., у той час, як зміна показника, що характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства - продуктивність праці (середньорічний виробіток одного працівника), призвів до зростання обсягу виробленої продукції в порівнянних цінах на 4827,3 тис. грн. Т.ч., збільшення обсягу продукції в порівнянних цінах відбулося внаслідок підвищення ефективності використання трудових ресурсів, тобто зростання продуктивності праці, що є позитивним явищем.

Для аналізу використання робочого часу складемо таблицю 2.17.

Т.ч., роботу підприємства по підвищенню ефективності використання трудових ресурсів і робочого часу можна охарактеризувати з позитивної сторони (збільшилась кількість відпрацьованих одним робітником годин, збільшився середньогодинний та середньорічний виробіток одного працівника). Проте, у наступному році підприємство має значні резерви росту обсягу продукції за рахунок підвищення ефективності використання персоналу й робочого часу.

Аналіз оплати праці

Проаналізуємо політику оплати праці на підприємстві, перш за все, в контексті вирішення проблем відповідності результатів праці з його винагородою та виконанням оплатою праці своєї відтворювальної функції.

Методом факторного аналізу чинників розрахуємо вплив на зміну фонду оплати праці зміни середньооблікової чисельності персоналу та середньорічної заробітної платні одного працівника.

Вплив зміни чисельності персоналу на фонду оплати праці складає:

$$\Delta\text{ФОП (Чсо)} = (41 - 49) * 26,29 = -210,3 \text{ тис. грн.}$$

Вплив зміни середньої заробітної платні на зміну фонду оплати праці складає:

$$\Delta\text{ФОП (ЗП)} = (28,20 - 26,29) * 41 = 78,3 \text{ тис. грн.}$$

Загальний вплив чинників на зміну фонду оплати праці складає:

$$\Delta\text{ФОП} = -210,3 + 78,3 = -132 \text{ тис. грн.}$$

або

$$\Delta\text{ФОП} = 1156 - 1288 = -132 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.18 Вплив зміни чисельності персоналу й середньої заробітної плати одного працівника на зміну фонду оплати праці

Показники	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення		
			разо м	У т.ч. за рахунок	
				Чсо	ЗП
1. Фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн.	1288	1156	-132	-210,3	78,3
2. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, чол	49	41	-8	-210,3	-

3. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	26,29	28,20	1,91	-	78,3
---	-------	-------	------	---	------

В наступному році в порівнянні з попереднім роком фонд оплати праці штатних працівників зменшився на 132 тис. грн. При цьому внаслідок дії чинника зміни середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу фонд оплати праці зменшився на 210,3 тис. грн. За рахунок зростання середньорічної заробітної плати одного працівника на 1,91 тис. грн. фонд оплати праці виріс на 42,48,3 тис. грн. Таким чином, загальне зменшення фонду оплати праці відбулося внаслідок скорочення чисельності персоналу підприємства.

Для аналізу співвідношення продуктивності праці одного працівника й середньої заробітної плати складемо таблицю 2.19.

Таблиця 2.19 Співвідношення змін продуктивності праці й середньої заробітної плати

Показники	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абс	відн
1. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн.	582,49	700,23	117,74	20,21
2. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	26,29	28,20	1,91	7,26

Співвідношення зміни середньорічної заробітної плати й продуктивності праці одного працівника визначається відношенням відносного відхилення середньорічної заробітної плати одного працівника до відносного відхилення середньорічного виробітку одного працівника. В даному випадку це співвідношення складає 0,36 (менше одиниці), що свідчить про відповідність результатів праці з її винагородою, тобто про раціональне використання підприємством своїх трудових ресурсів.

Аналіз собівартості продукції й витрат на виробництво

Аналіз проведемо методом порівняння фактичної питомої ваги кожного елемента витрат на виробництво з питомою вагою в попередньому році. Для цього складемо аналітичну таблицю 2.20.

Таблиця 2.20 Структура витрат на виробництво

Елементи витрат	Абсолютне значення, тис. грн.		Структура, %		Відхилення	
	Попер. рік	Наступ. рік	Попер. рік	Наступ. рік	Абс. знач.	Стр- ри
1. Матеріальні витрати	20681,0	20015,0	65,77	66,25	-666,0	0,48
2. Витрати на оплату праці	1261,0	1098,0	4,01	3,63	-163,0	-0,38
3. Відрахування на соціальні заходи	458,0	453,0	1,46	1,50	-5,0	0,04
4. Амортизація	340,0	330,0	1,08	1,09	-10,0	0,01
5. Інші операційні витрати	8706,0	8315,0	27,69	27,52	-391,0	-0,16
Разом	31446,0	30211,0	100,00	100,00	-1235,0	-

Як видно з таблиці, виробництво продукції на підприємстві є матеріаломістким: питома вага матеріальних витрат в попередньому році склала 65,77%, а в наступному році зросла до 66,25%. Витрати на оплату праці, також як і відрахування на соціальні заходи зменшилися в абсолютному виразі на 163 і 5 тис. грн. відповідно. Амортизаційні відрахування в наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшилися на 10 тис. грн. Стаття «інші операційні витрати» зменшилася на 391 тис. грн. Як видно з таблиці структура витрат підприємства стабільна – в наступному році зросла питома вага матеріальних витрат, відрахувань на соціальні заходи та амортизаційних відрахувань, при зниженні питомої ваги оплати праці та інших витрат. Загальна сума витрат на виробництво зменшилася на 1235 тис. грн., що відбулося внаслідок скорочення усіх витрат підприємства. Скорочення витрат підприємства при зростанні обсягів виробництва свідчить про підвищення ефективності управління витратами.

Таблиця 2.21 Оцінка витрат на одну гривню продукції.

Показник	Попередній рік	Наступний рік	Відхилення	
			абс	відн
1. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28467,0	28111,0	-356,0	-1,3

2. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн.	31446	30211	-1235	-3,9
3. Витрати на 1 грн. продукції, грн/грн	1,105	1,075	-0,030	-

В наступному році в порівнянні з попереднім роком при зростанні обсягу реалізованої продукції у діючих цінах операційні витрати підприємства скоротилися. Внаслідок цього витрати на 1 грн. продукції в наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшилися на 3 коп. і склали 107,5 коп. Зменшення цього показника з позитивної сторони характеризує роботу підприємства по управлінню витратами. Однак, абсолютні значення показника, які перевищують одиницю, свідчать про збитковість операційної діяльності підприємства та є вкрай негативним явищем.

Для загальної характеристики стану підприємства складемо таблицю 2.22.

Таблиця 2.22 Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства

Показник	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення	
			абс	відн
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн.	2750	2820	70	2,5
2. Фактично вироблено продукції, тонн.	2046	2058	12,0	0,6
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,744	0,730	-0,014	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.				
у діючих цінах	28542,0	29215,0	673,0	2,4
у порівнянних цінах	28542,0	28709,4	167,4	0,6
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28467	28111	-356,0	-1,3
6. Середньорічна вартість основних засобів основного виду діяльності, тис. грн.	5838,5	6012,5	174,0	3,0
7. Фондовіддача, грн/грн	4,889	4,775	-0,114	-2,3

Продовження таблиці 2.32

8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн.	8788,0	8914,5	126,5	1,4
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, частки	3,24	3,15	-0,09	-2,7

				БЕП-31.12.002.КРБ		Лист
						59
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Показник	Попер. рік	Наступ. рік	Відхилення	
			абс	відн
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	49	41	-8	-16,3
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн.	582,49	700,23	117,74	20,2
12. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	26,29	28,20	1,91	7,3
13. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі	31446	30211	-1235,0	-3,9
матеріальні витрати	20681	20015	-666,0	-3,2
витрати на оплату праці	1261	1098	-163,0	-12,9
відрахування на соціальні заходи	458	453	-5,0	-1,1
амортизація	340	330	-10,0	-2,9
інші операційні витрати	8706	8315	-391,0	-4,5
14. Витрати на 1 грн. продукції, грн/грн	1,105	1,075	-0,030	-2,7
15. Матеріалоемність, грн/грн	0,725	0,685	-0,040	-5,4
16. Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	28467	28111	-356,0	-1,3
17. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	21925	20562	-1363,0	-6,2
18. Чистий прибуток, тис. грн.	150,0	1567,0	1417,0	944,7
19. Рентабельність капіталу, %	1,33	14,03	12,70	-
20. Рентабельність виробленої продукції, %	-9,23	-3,30	5,94	-

Підприємство володіє невеликими виробничими потужностями, які в наступному році порівняно з попереднім роком зросли на 70 тонн, що свідчить про нарощування підприємством свого потужнісного потенціалу. Виробнича потужність характеризується високим рівнем використання, про що свідчить значення коефіцієнта використання виробничої потужності, що в попередньому році перебувало на рівні 74,4%, а в наступному році зменшилося на 1,4% і склало 73,0%.

В наступному році в порівнянні з попереднім збільшився обсяг виробленої продукції в натуральному виразі на 12 тонн або 0,6%. Ця зміна призвела до відповідної зміни обсягу виробленої продукції в порівнянних оптових цінах підприємства на 167,4 тис. грн. Обсяг виробленої продукції в діючих цінах за рахунок зростання ринкових цін на продукцію підприємства збільшився на 673,0 тис. грн. або 2,4%.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист 60
Изм.	Лист	№ докум.	Підпись	Дата		

Динаміка зміни обсягу виробленої продукції в натуральному виразі свідчить про незначне посилення позиції підприємства на ринку.

В наступному році, у порівнянні з попереднім роком, ефективність використання основних засобів основного виду діяльності внаслідок переважного зростання вартості основних засобів над обсягом виробленої продукції знизилася: на кожну гривню вартості основних засобів випуск продукції зменшився на 11,4 копійок.

Оборотність оборотних коштів уповільнилася на 0,09 оборотів. Таке уповільнення оборотності говорить про незначну перевитрату засобів підприємства, вкладених в оборотні кошти й свідчить про негативні тенденції в управлінні оборотними активами.

В наступному році, в порівнянні з попереднім роком середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу зменшилася на 8 осіб, середньорічний виробіток одного працівника збільшився в середньому на 117,74 тис. грн або на 20,2%, при цьому середньорічна заробітна плата одного працівника збільшилися на 7,3%.

Співвідношення зміни середньорічної заробітної плати й продуктивності праці одного працівника є позитивним. Підприємство раціонально використовує трудові ресурси, проте йому варто і далі приділяти значну увагу відповідності матеріального стимулювання працівників з результатами праці.

Витрати на виробництво продукції в наступному році в порівнянні з попереднім роком зменшилися на 1235,0 тис. грн. або 3,9%. Витрати на 1 гривню реалізованої продукції в наступному році зменшилися на 3 копійки й склали 107,5 копійок. Зниження значення цього показника є позитивною характеристикою діяльності підприємства, однак його абсолютні значення, які перевищують 100, свідчать про збитковість операційної діяльності. При цьому матеріалоємність продукції зменшилася на 4 коп.

Чистий прибуток підприємства в наступному році збільшився на 1417 тис. грн., при цьому чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшився на 356,0 тис грн. або 1,3%, а собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) зменшилася на 1363,0 тис. грн. або 6,2%.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		61

Значення показників рентабельності є додатними та мають тенденцію до значного зростання, що є позитивною характеристикою діяльності підприємства та свідчать про зростання його інвестиційної привабливості та ефективності діяльності.

В цілому з огляду на значне зростання прибутковості діяльності, підприємство працює достатньо ефективно, при цьому має резерви підвищення ефективності господарської діяльності, реалізація яких дозволить збільшити прибуток і підвищити ефективність господарської діяльності.

Резюмуємо все наведене в другому розділі роботи у вигляді матриці - SWOT - аналізу - виділення сильних і слабких сторін підприємства, а також ринкових погроз і можливостей. (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats - сила, слабкість, можливості, загрози). Аналіз полягає в оцінці слабких і сильних сторін підприємства, а також в оцінці його зовнішніх можливостей і загроз. SWOT - аналіз ґрунтується на принципі стратегічної відповідності внутрішніх можливостей підприємства (його сильних і слабких сторін) і зовнішнього середовища (частково знаходить відбиття в можливостях і погрозах підприємства).

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		62

Таблиця 2.23 SWOT – матриця ТОВ «Форес»

<p style="text-align: center;">Внутрішнє середовище</p> <p style="text-align: center;">Зовнішнє середовище</p>	<p style="text-align: center;">СИЛЬНІ СТОРОНИ(S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налагоджена поставка сировини до підприємство 2. Гнучка цінова політика (доступні ціни) 3. Наявність висококваліфікованих працівників 4. Налагоджені канали дистрибуції 5. Висока прибутковість діяльності (забезпеченість власними коштами) 	<p style="text-align: center;">СЛАБКІ СТОРОНИ(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обмежений асортимент продукції 2. Недосконала система менеджменту 3. Висока ступінь зносу основних засобів 4. Відсутність інвестування у науково-дослідні роботи
<p style="text-align: center;"><u>МОЖЛИВОСТІ (O)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прискорення росту ринку, можливості розширення збуту, збільшення обсягів виробництва продукції 2. Нові види продукції 3. Нові технології 4. Захоплення суміжних сегментів (композиційних соусів) 5. Поступове збільшення доходів населення, збільшення споживчого попиту на продукцію 6. Зростання товарного експорту 7. Нове економічне законодавство (зменшення податку на прибуток, ПДВ) 	<p style="text-align: center;">Розширення асортименту продукції з використанням налагоджених комерційних зв'язків за рахунок власних джерел фінансування</p>	<p style="text-align: center;">Техніко-технологічне оновлення підприємства з використанням власних джерел фінансування</p>
<p style="text-align: center;"><u>ЗАГРОЗИ (T)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продукти з неякісної сировини та відповідною низькою ціною 2. Нові гравці на ринку 3. Висококонцентрований ринок (велика кількість конкурентів) 4. Лобіювання конкурентів 5. Економічний спад 6. Несприятлива соціально-демографічна ситуація 7. Стрімка динаміка змін у перевагах споживачів, зростаюча вимогливість до якості продукції, її впакуванню, строкам зберігання 8. Зростання товарного імпорту 9. Відсутність державних програм підтримки розвитку галузі 	<p style="text-align: center;">Агресивна маркетингова стратегія по завоюванню ринку</p>	<p style="text-align: center;">Вихід з ринку</p>

Таким чином, цілі, які ставилися перед виконанням роботи можна вважати досягнутими.

2.3. Шляхи підвищення прибутку та рентабельності підприємства

Первинна мета будь-якої комерційної організації – це отримання прибутку і згодом його збільшення. Тому необхідно вивчати чинники, що впливають на його величину. При цьому, аналізувати числову інформацію набагато зручніше, оскільки можна застосувати безліч дієвих методів.

Отже, щоб збільшити прибуток та рентабельність, необхідно виявити, що і в якій мірі впливає на його величину.

По-перше, це складові прибутку, тобто виручка (гроші, отримані від покупця за товари, послуги або роботи) від реалізації товарів, робіт, послуг і їх собівартість (витрати на виробництво і реалізацію товарів, робіт, послуг). Таким чином, щоб збільшити прибуток нам необхідно збільшити виручку і знизити собівартість. Виручку можна збільшити або піднявши ціни на продукцію, або збільшивши попит. Річ у тім, що в умовах ринкової економіки, збільшення ціни має бути виправдане. Цього можна досягти шляхом завуальованого підвищення, прихованого за знижками. Причому попит при цьому знизиться, але у меншій мірі. І за рахунок цього прибуток збільшиться. Якщо ж збільшувати попит, то, оскільки він безпосередньо пов'язаний з цінами, можна буде піти на виправдане зниження цін.

Є ще декілька способів збільшення попиту – підвищення якості продукції, а також реклама, але це призведе до додаткових витрат, що спричинить збільшення собівартості продукції. Але ці витрати будуть одноразовими, а залучені таким чином клієнти можуть стати постійними. Таким чином, жертвуючи частиною прибутку сьогодні, завтра можна буде не лише компенсувати витрати, але і отримати додатковий прибуток.

Варто відзначити, що існують нечислові показники, наприклад, якість продукції, але їх можна виразити через непрямі показники, в даному випадку кількість виробів, відправлених до браку або число вираженої незадоволеності з боку покупців і т.п.

Зниження собівартості може бути реалізоване за рахунок скорочення постійних (зобов'язання підприємств, податки, амортизаційні відрахування, оплата охорони, оренда, зарплата управлінського персоналу) і, або змінних витрат (витрати на сировину і основні матеріали, витрати на енергію, паливо, заробітна плата робітників,

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		64

що здійснюють виробництво продукції з нарахуваннями на неї). При цьому досягти зменшення змінних витрат можна шляхом скорочення кількості виробленої продукції. Але це може означати, що попит буде не повністю задоволений, і є вірогідність втрати можливості отримати найбільш високий прибуток.

Окрім приведених вище способів збільшення прибутку, існують також інші. Для того, щоб знайти найбільш оптимальний варіант, необхідно розглядати всі способи і враховувати максимальну кількість факторів, а також ризики, з якими пов'язані ті або інші дії, направлені на збільшення прибутку. [7, 9].

Прибуток є найголовнішою метою підприємства. Завданням будь-якої компанії або інвестора є отримання прибутку від будь-якої з операцій. Адже інвестиції, які витрачаються в процесі виробництва, повинні повернутися і при цьому принести з собою прибуток. Тому однією з найважливіших проблем є збільшення прибутку. Для того, щоб визначити шляхи, направлені на збільшення прибутку, почнемо з наступної рівності:

$$\text{прибуток} = \text{заробіток} - \text{витрати}.$$

Для того, щоб збільшити прибутковість, необхідно в той самий час збільшити і заробіток, (при цьому намагаючись не збільшувати витрати), або одночасно збільшувати заробіток і зменшувати витрати.

На рис. 2.3. приведено 3 альтернативи для збільшення прибутковості, які необхідно детально розібрати і які є досить актуальними.

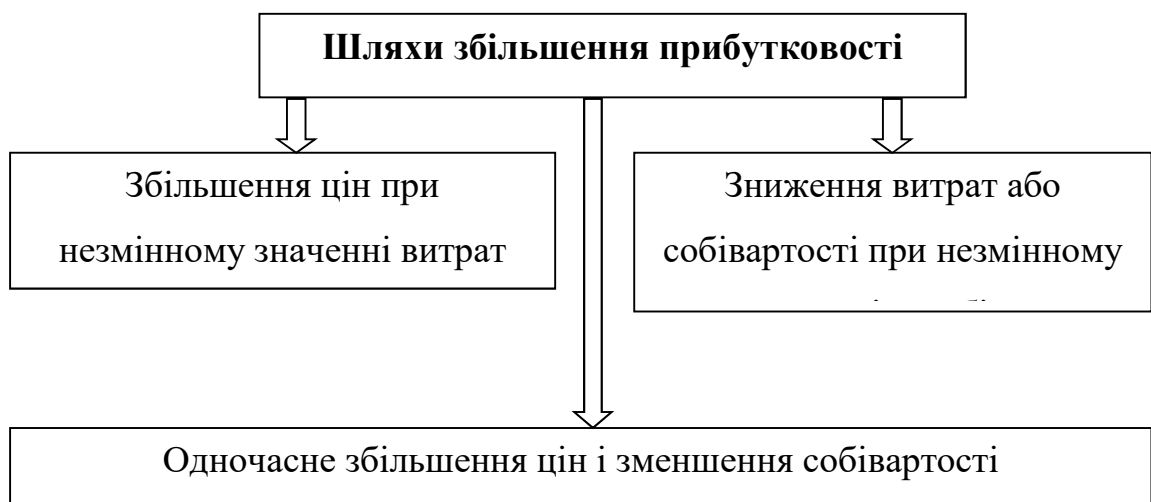


Рис. 2.3. Альтернативи для збільшення прибутковості

1. Збільшення цін при незмінному значенні витрат. Заробіток може бути збільшений декількома шляхами:

- підніманням цін на продукт;
- підніманням рівня продажів;
- збільшенням різниці між ціною і собівартістю товару.

Встановлені ціни можуть змінюватися один або двічі на рік, але збільшувати ціну на товар необхідно в умовах збереження конкурентоспроможності.

Іншим важливим критерієм, який необхідно враховувати перед підвищенням цін, є тип продукту або послуги, які надаються. Існують такі категорії, до яких покупці відносяться лояльно і готові заплатити трохи більше за них, аби якість і смак товару залишалися на високому рівні. До такої категорії відноситься харчова промисловість.

2. Зниження витрат або собівартості при незмінному значенні заробітку.

Другою альтернативою є зниження суми загальних витрат. Це може бути досягнуто зменшенням собівартості товару. Введення в експлуатацію продукції високих технологій, тобто конвеєрів, які ефективно вирішують цю проблему.

Іншим важливим інструментом в зниженні загальних витрат є впровадження нових методів управління, таких як спільна діяльність.

3. Одночасне збільшення цін і зменшення собівартості. Це може бути досягнуто шляхом масового виробництва. Принцип економії, обумовлений зростанням масштабу виробництва, може привести до бажаної мети.

На додаток, можна сказати, що важливим фактором здобуття загальної прибутковості служить стратегія і комунікабельність самої компанії-виробника. Неправильне визначення цілей або неспрацьована стратегія ніколи не приведуть до отримання прибутку. Для досягнення найвищої мети необхідно бути обережним з плануванням подальшого шляху розвитку. [15]

Досягнення високих результатів роботи підприємства припускає управління процесом формування, розподілу і використання прибутку. Управління включає аналіз прибутку, його планування, і постійний пошук можливостей збільшення прибутку.

На багатьох підприємствах існує підрозділ економічних служб, які займаються постійним аналізом собівартості, знаходять шляхи її зниження, щоб одержати приріст

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		66

прибутку. Але значною мірою ця робота забезпечується інфляцією і зростанням цін на початкову сировину і паливно-енергетичні ресурси. В умовах різкого зростання цін і нестачі власних оборотних коштів у підприємств можливість приросту прибутку в результаті зниження собівартості виключена.

Збільшення об'єму реалізації продукції в натуральному виразі за інших рівних умов веде до зростання прибутку. Зростаючі обсяги виробництва, що користується попитом, можуть досягатися за допомогою капітальних вкладень, що вимагає направлення прибутку на покупку продуктивнішого устаткування, освоєння нових технологій, розширення виробництва. Цей шлях зараз для багатьох підприємств ускладнений або майже неможливий унаслідок інфляції, зростання цін і недоступності довгострокового кредиту. Підприємства, що мають в своєму розпорядженні засоби і можливості для проведення капітальних вкладень, реально збільшують свій прибуток, якщо забезпечують рентабельність інвестицій вище за темпи інфляції.

Не вимагає капітальних витрат прискорення оборотності оборотних коштів, яке також веде до зростання обсягів виробництва і реалізації продукції. Проте інфляція достатньо швидко знецінює оборотні кошти. Підприємствами на придбання сировини і паливно-енергетичних ресурсів використовується все більша їх частина, а неплатежі покупців і необхідна передоплата відволікають значну частину засобів з обороту покупців. [5, 22]

В цілому для підприємств України характерне зниження обсягів виробництва протягом останніх років. У цій ситуації, здавалося б, логічно припустити різке падіння маси прибутку. Але статистичні дані свідчать про зворотне. При зростанні витрат на виробництво продукції і зниження об'ємів її випуску прибуток росте унаслідок цін, що постійно підвищуються. Збільшення ціни саме по собі не є негативним чинником. Воно цілком обґрунтоване, якщо пов'язане з підвищенням попиту на продукцію, поліпшенням техніко-економічних параметрів і споживних властивостей продукції, що випускається.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		67

Оскільки прибуток від реалізації продукції займає найбільшу питому вагу в структурі балансового прибутку, то аналіз факторів, які впливають на прибуток, має значення для виявлення резервів зростання всього балансового прибутку.

За стабільних економічних умов господарювання основний шлях збільшення прибутку від реалізації продукції полягає в зниженні собівартості витрат.

На величину прибутку від реалізації продукції впливають склад і розмір нереалізованих залишків на початок, і кінець періоду. Значна величина залишків приводить до неповного надходження виручки і недоотримання прибутку.

Резервом збільшення балансового прибутку, може бути прибуток, одержаний від реалізації основних засобів і іншого майна підприємства. Якщо раніше операції, пов'язані з вибуттям основних засобів, не робили помітного впливу на фінансові результати, то тепер, коли підприємства мають право розпоряджатися своїм майном, має сенс звільнитися від зайвого і не встановленого устаткування, заздалегідь зваживши, що вигідніше – продати його або здати в оренду.

Інші операції, наприклад безоплатна передача основних засобів підприємству, не відносяться на балансовий прибуток, а відшкодовуються з чистого прибутку, призначеного на накопичення.

Прибуток може бути одержаний від реалізації нематеріальних активів, що мають попит на ринку. Їх продажна ціна визначається здатністю приносити дохід. Для обчислення прибутку з продажною ціною виключаються витрати, пов'язані зі створенням або покупкою нематеріальних активів з урахуванням витрат по їх доведенню до стану, в якому вони здатні приносити дохід [4, 21].

Крім факторів збільшення обсягу виробництва продукції, підвищення цін просування продукції на незаповнені ринки, висувається проблема зниження витрат на виробництво і реалізацію цієї продукції.

У традиційному уявленні найважливішими шляхами зниження витрат є економія всіх видів ресурсів, які споживаються у виробництві: трудових і матеріальних.

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		68

Так, значну роль в структурі витрат виробництва займає оплата праці. Тому актуальною є задача зниження трудомісткості продукції, що випускається, зростання продуктивності праці, скорочення чисельності адміністративно-обслуговуючого персоналу.

Зниження трудомісткості продукції, зростання продуктивності праці можна досягти різними способами. Найефективніші з них – механізація і автоматизація виробництва, розробка і застосування прогресивних, високопродуктивних технологій. Проте одні заходи щодо вдосконалення техніки і технології не дадуть належної віддачі без поліпшення організації виробництва і праці.

Скорочення витрат по амортизації основних виробничих засобів можна досягти шляхом кращого використання цих засобів, максимального їх завантаження. На зарубіжних підприємствах розглядаються також такі фактори зниження витрат на виробництво продукції, як визначення і дотримання оптимальної величини партії матеріалів, оптимальної величини серії продукції, що закупається у виробництво, вирішення питання про те, виробляти самим чи купляти у інших виробників окремі компоненти або комплектуючі вироби.

У поєднанні з традиційними шляхами зниження витрат на виробництво продукції чинники, які знову виникають, дозволять в комплексі довести величину витрат виробництва до оптимального рівня, отже збільшити прибуток.

Прибуток може зрости в результаті збільшення виробництва продукції, підвищення питомої ваги виробів з вищою рентабельністю, зниження собівартості продукції, зростання оптових цін при підвищенні якості продукції, що випускається.

Асортимент продукції, що випускається, робить безпосередній вплив на прибуток. При зміні структури асортименту у напрямі підвищення питомої ваги виробів з вищою рентабельністю забезпечується додатковий приріст прибутку.

Серед чинників, що впливають на приріст прибутку, головна роль належить зниженню вартості продукції. Вибір шляхів скорочення поточних витрат виробництва ґрунтується на аналізі структури собівартості. Для матеріальних галузей промисловості найхарактернішим шляхом є економія матеріальних ресурсів, для

										Лист
										69
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

трудомістких – поліпшення використання основного капіталу, для енергоємних – економія палива і електроенергії.

При виробництві продукції підвищеної якості поточні витрати найчастіше зростають. Проте в результаті реалізації цієї продукції за підвищеними цінами прибуток також зростає.

В умовах ринкових відносин підприємство повинно прагнути не лише до отримання максимального прибутку, але і до раціонального, оптимального використання вже одержаного прибутку. Це дозволить не тільки утримувати свої позиції на ринку, але й забезпечити динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції [15, 5].

					БЕП-31.12.002.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		70

ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день підприємства майже всіх галузей харчової промисловості мають дуже великі складнощі. Як слідство, підприємства або перебувають на рівні самофінансування, або взагалі їхня діяльність є збитковою. Виходячи із цього пошук шляхів підвищення прибутку, а для більшості підприємств пошук шляхів виходу на нульовий прибуток, має вирішальне значення для виживання підприємств у сучасних умовах. Слід також зазначити той факт, що значення прибутку як джерела коштів для розвитку підприємств останнім часом різко зросло, тому що державна підтримка суб'єктів господарювання практично відсутня.

Особливу увагу варто звернути також на той факт, що прибуток підприємств є одним з найважливіших джерел коштів для державного бюджету України, тобто питання підвищення прибутку окремих суб'єктів господарювання має значення не тільки на мікро-, але й на макрорівні.

Таким чином, можна сказати, що прибуток є одним з узагальнюючих оціночних показників діяльності підприємств. Важливо проаналізувати і види прибутку. Отже пошук шляхів підвищення прибутку є головним чинником розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання.

Сьогодні соуси є важливим продуктом харчування для українських споживачів. Незважаючи на меншу корисність для організму, ніж, наприклад, свіжі овочі та фрукти, вони мають певні переваги, а саме відносна дешевизна, відсутність необхідності витратити час при приготуванні, а також зручність у зберіганні. Ці конкурентні переваги дозволяють ринку соусів України динамічно розвиватися, незважаючи на фінансову кризу і уповільнення зростання доходів споживачів.

Майонезний ринок вважається досить гнучким і рухливим. Холодні соуси не випускають "на склад" (через невеликі в порівнянні з іншими видами олійножирової продукції терміни зберігання). Вони виготовляються під замовлення торгівлі, що відстежує потреби покупців.

Таким чином, майонези на український ринок поставляють в основному вітчизняні виробники, кількість гравців на ринку дуже велика, що задає високу конкуренцію. Це, в свою чергу, стимулює учасників ринку конкурувати за співвідношенням ціна-якість, і за асортиментом продукції.

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		71

Незважаючи на певні негативні тенденції на ринку майонезу, все ж таки можна говорити про високу потенційну ефективність галузі серед харчових.

У роботі представлені основні техніко-економічні показники діяльності підприємства за два роки. Показники, які комплексно характеризують ефективність діяльності підприємства за даний період змінилися в позитивний бік: показник витрат на 1 грн продукції зменшився на 3 коп, чистий прибуток збільшився на 1417,0 тис. грн., показник рентабельності капіталу зріс на 12,70%. Абсолютні значення витрат на 1 грн продукції та рентабельності виробленої продукції свідчать про збитковість виробничої діяльності підприємства, що є вкрай негативним явищем та вимагає від підприємства негайних заходів по подоланню збитковості виробництва.

З метою підвищення прибутковості на кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи по збільшенню прибутку. У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру:

- збільшення випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку продажів і інше. З цього переліку заходів випливає, що вони тісно пов'язані з іншими заходами на підприємстві, спрямованими на зниження витрат.

В умовах ринкових відносин підприємство повинне прагнути не тільки до одержання максимального прибутку, але й до його раціонального, оптимального використання. Це дозволить не тільки утримувати свої позиції на ринку, але й забезпечити динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції.

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		72

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України // Урядовий кур'єр.-2010.- №162.
2. Господарський кодекс України // Урядовий кур'єр.-2006.- №101.
3. Арутюнян Н.С., Янова А.И, Корнена Е.П. Технология переработки жиров. Третье издание. М.: Пищепромиздат , 1999-452 с. (Учебники и учебные пособия для вузов).
4. Бутина Е.А. Научно-практическое обоснование технологии и оценка потребительских свойств фосфолипидных БАД [Текст]: дисс. д-ра техн. наук/ Е.А. Бутина – Краснодар, 2003. – 316 с.
5. Вовків І.М., Грачова М.В. Проектний аналіз. Підручник для вузів - М.: Банки й біржи ЮНІТИ, 1998. - 423с.
6. Гавриленков А.М. Экологическая безопасность пищевых производств [Текст]/ А.М. Гавриленков, С.С. Зарцына, С.Б. Зуева – СПб.: Гиорд, 2005. – 272 с.
7. Голів С. Ф., Костюченко В. Г. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами. - К.: Екаунтинг, 2000.- 376 с.
8. Дроздів В.В., Дроздова Н.В., Економічний аналіз К.: Інтерпрес, 1998. - 598с.
9. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. Рекомендовано МОН / Савицька Г.В. – К., 2009. – 668 с.
10. Економіка підприємства: підручник для вузів / Під ред. В. П. Грузінова. – М.: Банки і біржі, ЮНІТІ, 1999. – 535 с.
11. Економіка підприємства: підручник / Під ред. С. Ф. Покропивного, 2- вид. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.
12. Економіка підприємства / Під ред. П. С. Харіва. – Тернопіль, 2000. – 227 с.
13. Коденко В.Г. Економічний аналіз - Л.: Промдрук, 2015. - 576 с.
14. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент.– М.: Финансы и статистика, 2000. – 768 с.
15. Мазурова І.І., Калініна А.Л., Войтловський Н.В. Економічний аналіз. Основи теорії. Л.:Вище утворення, 2006. – 509 с.
16. Реутская И.В. Организация и планирование производства [Текст]: методические указания/ И.В. Реутская – Краснодар: Изд-во КубГТУ, 2017. – 28 с.
17. Ревенко П.П., Вольфман В., Кисельова Т. Фінансова бухгалтерія. -

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		73

М.:Инфософт, 1995. -208 с.

18. Сивак О.В., Осейко Н.И. Економічний аналіз за допомогою персонального комп'ютера. -К.: Интерпресс, 1921. - 268 с.

19. Український тлумачний словник [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slovnyk.net/?swrd=%EE%EF%F2%E8%EC%B3%E7%>.

20. Чернілевській Л. М., Михайленко О. В. «Економічний аналіз на виробництвах харчової промисловості» - К.: «Вища школа», 2000. – 564 с

21. Швиданенко Г. О. «Економіка підприємства» -К.: «Вища школа», 2000. – 223 с.

22. Шеремет А. Д., Сайфулін Р. С. «Фінанси підприємств» - М.: ІНФРА-М, 1998. – 356 с.

					БЕП-31.12.000.КРБ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		74

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

Відділення економічне
Кафедра Економіки
Освітньо - професійно програма «Економіка»
Спеціальність 051 «Економіка»
Форма навчання денна

ДОДАТКИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему: «Шляхи підвищення прибутку та рентабельності на ТОВ «Форес»»

на здобуття ступеню першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Студент _____ (Корнєєва І.О.)

Керівник _____ (Яблонська Н.В.)

ОДЕСА 2022

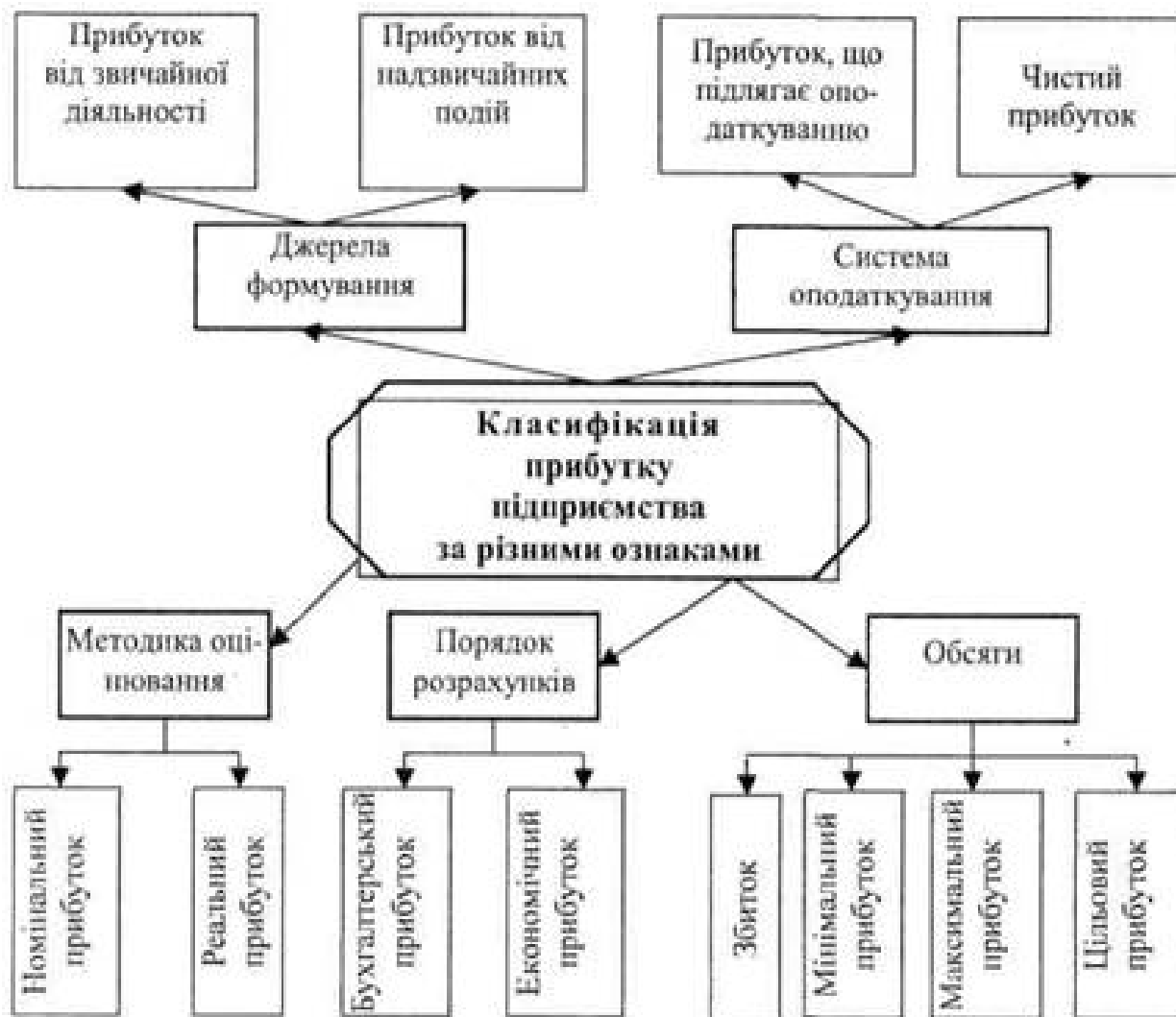


Рисунок 1. Види прибутку підприємства

Таблиця 1. Динаміка показників ємності ринка соусів в Україні

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Виробництво, тис. тонн	269,69	277,95	263,81	269,14	268,15
Експорт, тис. тонн	25,24	27,24	28,37	29,64	28,56
Імпорт, тис. тонн	16,97	18,78	19,69	20,13	19,25
Об'єм ринка, тис. тонн	261,42	269,48	255,13	259,63	258,68

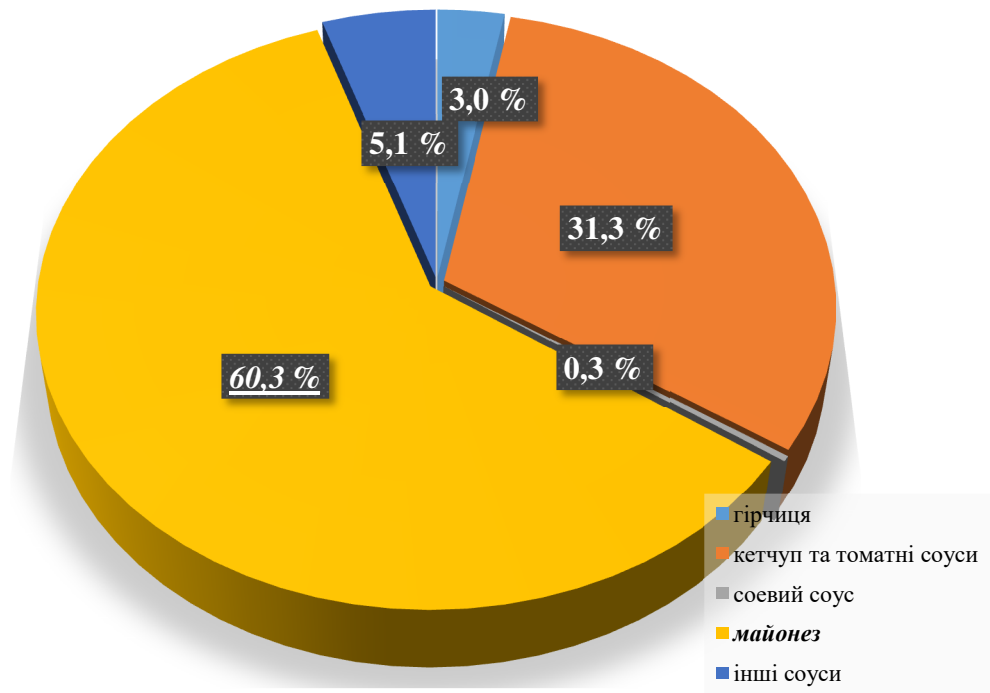


Рисунок 2. Продуктова структура ринку соусів в Україні (2020 рік)

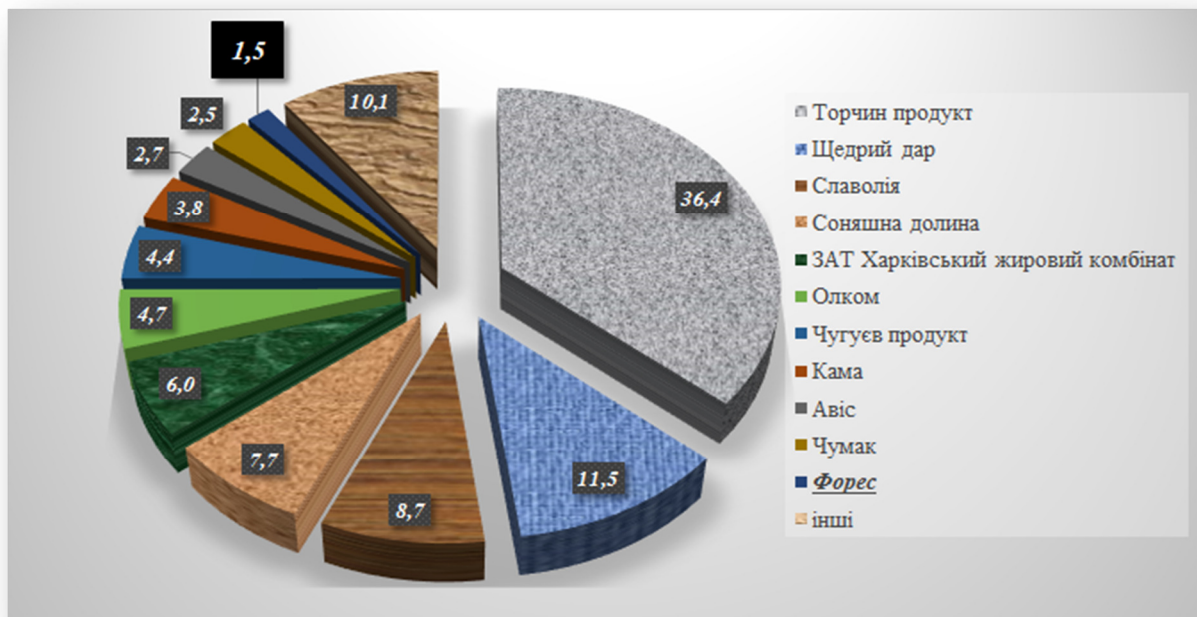


Рисунок 3. Конкурентна структура ринку майонезу України (2020 рік)

Таблиця 2. Основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства

			Відхилення
--	--	--	------------

Показник	Попер. рік	Наступ. рік	абс	відн
1. Середньорічна виробнича потужність, тонн.	2750	2820	70	2,5
2. Фактично вироблено продукції, тонн.	2046	2058	12,0	0,6
3. Коефіцієнт використання виробничої потужності, частки	0,744	0,730	-0,014	-
4. Обсяг виробленої промислової продукції (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.				
у діючих цінах	28542,0	29215,0	673,0	2,4
у порівнянних цінах	28542,0	28709,4	167,4	0,6
5. Обсяг реалізованої продукції в діючих цінах (без ПДВ і акцизного збору), тис. грн.	28467	28111	-356,0	-1,3
6. Середньорічна вартість основних фондів основного виду діяльності, тис. грн.	5838,5	6012,5	174,0	3,0
7. Фондовіддача, грн/грн	4,889	4,775	-0,114	-2,3
8. Середній залишок оборотних коштів, тис. грн.	8788,0	8914,5	126,5	1,4
9. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, частки	3,24	3,15	-0,09	-2,7
10. Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу, осіб	49	41	-8	-16,3
11. Середньорічний виробіток одного працівника, тис. грн.	582,49	700,23	117,74	20,2
12. Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис. грн.	26,29	28,20	1,91	7,3
13. Операційні витрати на виробництво продукції, тис. грн., у тому числі				
матеріальні витрати	20681	20015	-666,0	-3,2
витрати на оплату праці	1261	1098	-163,0	-12,9
відрахування на соціальні заходи	458	453	-5,0	-1,1
амортизація	340	330	-10,0	-2,9
інші операційні витрати	8706	8315	-391,0	-4,5
14. Витрати на 1 грн. продукції, грн/грн	1,105	1,075	-0,030	-2,7
15. Матеріалоемність, грн/грн	0,725	0,685	-0,040	-5,4
16. Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	28467	28111	-356,0	-1,3
17. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	21925	20562	-1363,0	-6,2
18. Чистий прибуток, тис. грн.	150,0	1567,0	1417,0	944,7
19. Рентабельність капіталу, %	1,33	14,03	12,70	-
20. Рентабельність виробленої продукції, %	-9,23	-3,30	5,94	-

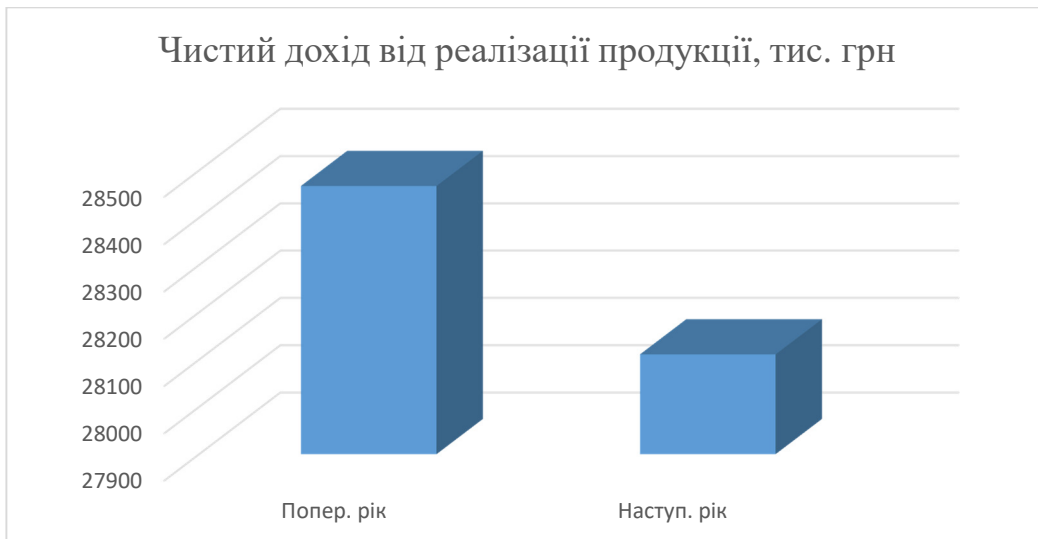


Рисунок 4. Динаміка чистого доходу ТОВ «Форес», тис. грн

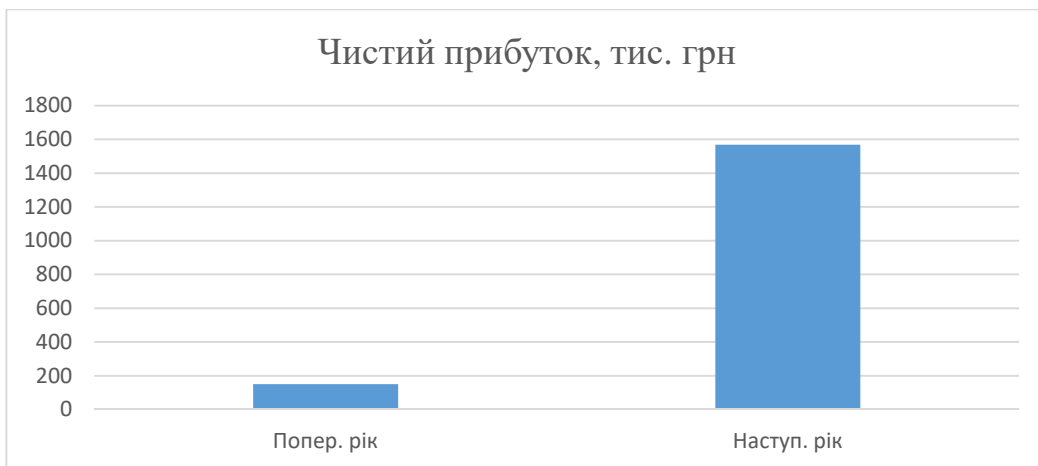


Рисунок 5. Динаміка чистого прибутку ТОВ «Форес», тис. грн

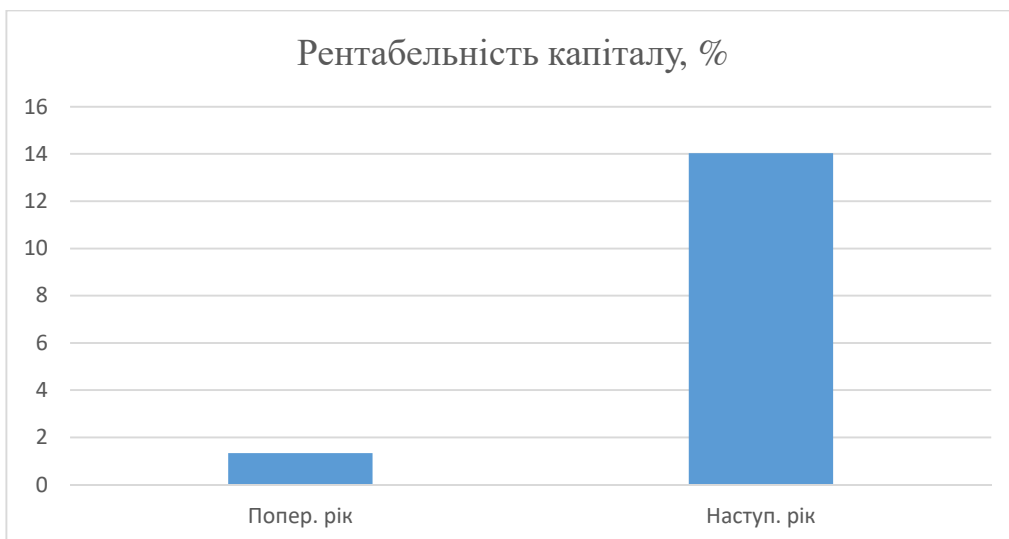


Рисунок 6. Динаміка рентабельності капіталу ТОВ «Форес», %