

Київський національний торговельно-економічний університет  
Кафедра економіки та фінансів підприємства

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **Прогнозування обсягу та структури товарообороту підприємства за матеріалами товариства з обмеженою відповідальністю «Альянс Клімат», м. Черкаси**

Студентки 2 курсу 1 м групи,  
спеціальності 051 «Економіка»,  
спеціалізації «Економіка та  
безпека бізнесу»  
денної форми навчання

Кравченко Наталії  
Юріївни

Науковий керівник –  
д-р екон. наук, професор

Височин Ірина  
Володимирівна

Гарант освітньої програми  
д-р екон. наук, професор

Блакита Ганна  
Владиславівна

Київ 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ТОВ «АЛЬЯНС КЛІМАТ»	
2.1. Аналіз обсягу та асортиментної структури товарообороту ТОВ «Альянс Клімат».....	18
2.2. Аналіз рівномірності та сезонності реалізації товарів на ТОВ «Альянс Клімат».....	25
2.3. Оцінка критичних обсягів діяльності ТОВ «Альянс Клімат».....	31
РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ТОВ «АЛЬЯНС КЛІМАТ».....	36
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	51

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Діяльність кожного підприємства на ринку є важливою не тільки для його власників а й для держави в цілому. Оскільки, в умовах науково-технічного прогресу удосконалення економічної системи прогноз стає одним із вирішальних факторів формування стратегії і тактики розвитку для нині діючих та майбутніх підприємств. Тому роль прогнозування на сьогодні принципово зростає. В свою чергу, прогнозування як основна функція менеджменту, зв'язує разом всі управлінські функції. Адже без прогнозування чітко та раціонально визначити цілі та напрямки діяльності підприємство не може.

До числа вітчизняних науковців, у працях яких з різною мірою деталізації розглядалися теоретичні та практичні аспекти прогнозування і прогнозування товарообороту підприємства роздрібної торгівлі, слід віднести І.О. Бланка, І.В. Височин, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакову, Л.О. Лігоненко, І.О. Смоліна, В.С. Марцина, Ю.П. Яковлева, Г.М. Тарасюка тощо.

Заслужують особливої уваги напрацювання у даній галузі науковців країн СНД, серед яких виокремимо А.У. Альбекова, Л.А. Брагіна, Р.П. Валевиц, Л.В. Горшкову, А.І. Гребнева, Г.А. Давидову, Т.П. Данько, С.М. Лебедєву, С.А. Согомоян, О.М. Соломатіна та ін. Грунтовними є розробки іноземних науковців і практиків у сфері управління продажами, зокрема Девіда Джоббера, Джеффа Ланкастера, Розан Л. Спіро, Уільяма Дж. Стентона, Грегорі А. Річа, Петера Вінкельманна, Радміло М. Лукіча, Чарльза Д. Шива, Александра Уотсона Хайяма та ін.

**Мета роботи** полягає в обґрунтуванні резервів зростання обсягу товарообороту підприємства на основі проведення відповідних аналітичних і прогнозних розрахунків.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- розглянути теоретико-методичні основи прогнозування обсягу та структури товарообороту підприємства;
- проаналізувати обсяги та асортиментну структуру товарообороту досліджуваного підприємства;
- здійснити аналіз рівномірності та сезонності реалізації товарів на досліджуваному підприємстві;
- оцінити критичні обсяги діяльності досліджуваного підприємства;
- здійснити прогноз обсягу та структури товарообороту досліджуваного підприємства;
- обґрунтувати резерви зростання товарообороту досліджуваного підприємства на плановий період.

**Об'єктом дослідження** є обсяг та асортиментна структура товарообороту підприємства торгівлі.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретико-методичних засад та практичних аспектів прогнозування товарообороту підприємства торгівлі.

**Емпірична база досліджень.** Робота виконана за матеріалами ТОВ «Альянс Клімат». Повна назва компанії: Товариство з обмеженою відповідальністю «Альянс Клімат». ЄДРПОУ: 41294759. Вид діяльності компанії: Інші види роздрібною торгівлі поза магазинами

**Методи дослідження.** Для розв'язання завдань випускної кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові та спеціальні методи:

- абстрактно-логічний метод – для формулювання теоретичних узагальнень, висновків і пропозицій;
- системний аналіз та узагальнення – у процесі дослідження підходів до визначення та класифікації основних термінів, категорій та понять;
- статистичні методи – для оцінки стану товарообороту підприємства роздрібною торгівлі;

- методи економічного аналізу – для виявлення тенденцій зміни товарообороту за досліджуваний період;
- методи прогнозування – використовується для обґрунтування планового обсягу товарообороту та асортиментної структури на майбутній період.

**Інформаційною базою** дослідження є законодавчо-нормативні акти України, дані Державної служби статистики України, теоретичні положення й висновки наукових публікацій українських і зарубіжних учених, матеріали періодичних видань, статистична та бухгалтерська звітність підприємства та внутрішня документація підприємства.

**Апробація результатів дослідження.** За результатами дослідження була опублікована стаття «Прогнозування товарообороту підприємства роздрібною торгівлі» у збірнику «Економіка і фінанси бізнесу» : зб. наук. ст. студ. денної форми навчання (Ч. 2) / відп. ред. Г. В. Блакита. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. - С. 25-28.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Робота викладена на 50 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 12 таблиць, 7 рисунків. Список використаних джерел налічує 36 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ПІДПРИЄМСТВА

Кожен підприємець прагне стабільного функціонування свого бізнесу у конкурентних умовах. Прогнозування дає змогу сформулювати моделі поведінки підприємства в умовах нестабільності оточення, досягти бажаних показників діяльності, зокрема високих обсягів товарообороту, оптимально вирішувати ті, чи інші питання щодо його покращення [1].

У сучасних умовах підприємці повинні постійно передбачати, розпізнавати та вчасно пристосовуватись до мінливих ситуацій зовнішнього оточення. Підприємство, яке орієнтується тільки на теперішній економічний успіх, може виграти у прибутку сьогодні, але, програти в майбутньому свою частку на ринку. Орієнтуючись на економіку розвинених країн Європи, українські підприємці розуміють, що на зміну одній цілі – максимізації теперішнього прибутку – приходить розуміння іншої – виграш у перспективній боротьбі за ринок. Вона потребує передбачення, де початковим етапом є прогноз [5, с.53].

Прогнозування товарообороту на підприємстві охоплює основні обсягові показники діяльності і проводиться на основі прогнозу попиту, який розраховують з врахуванням масштабів підприємства [5, с. 54].

Товарооборот являє собою економічний ефект діяльності підприємства, оскільки, по-перше, від його величини безпосередньо залежить розмір кінцевого фінансового результату, тобто прибуток, і по-друге, від його величини залежить рентабельність [1].

У Великій Радянській енциклопедії зазначено, що товарооборот виражає вартість (суму) продаж засобів виробництва і предметів споживання,

характеризує кількісні та якісні сторони економічної діяльності в сфері товарного обігу [4].

Товарооборот характеризується наявністю одночасно двох ознак: об'єкта обміну та продажу як форми просування. Дуалістичний характер товарообороту виявляється в тому, що, з одного боку, він одночасно відбиває обсяг проданої (купленої) товарної маси і, відповідно, масштаб торговельної діяльності, а з іншого – розмір грошової виручки торгівлі, тобто товарооборот поєднує в собі економічні та фінансові аспекти торговельного процесу [11].

Товарооборот виступає як показник розміру підприємства торгівлі, а також як фінансовий показник грошової виручки торгово-збутового підприємства (фірми) за продані товари [3]. Він є інструментом виміру обсягу проданих (куплених) товарів. Обсяг товарообороту є основним валовим показником діяльності підприємства торгівлі, який характеризує результат його діяльності щодо залучення купівельних фондів споживачів [12]. Він характеризує обсяг діяльності підприємства, від якого залежать величина комерційного доходу і прибутку [6].

І.О. Бланк визначає товарооборот підприємства торгівлі як суму продажу ним споживчих товарів за певний період часу [3].

У колективному підручнику «Статистика ринку товарів та послуг» зазначено, що товарооборот характеризує обмін товарів на гроші, перехід товару від продавця до покупця, є показником ділової активності, який використовується в оцінці кон'юнктури ринку, що може розглядатися як величина задоволеного попиту [3]. Показник задоволеного попиту з певним ступенем умовності прирівнюється до обсягу продажу. До цього поняття входить і так званий умовно задоволений попит, тобто вимушено придбані товари, які за рядом властивостей не відповідають ринковим бажанням споживачів, тобто задоволений попит повною мірою таким не є. Задоволення попиту означає продаж товару споживачеві. При обміні грошей на товар

категорії пропозиції і попиту взаємно зникають («анігілюють»), породжуючи нову категорію – товарооборот [16, с. 141].

Товарооборот має як якісну, так і кількісну характеристики. Якісна пов'язана зі структурою товарообороту, тобто з асортиментним складом, а кількісна - з обсягом реалізації, вираженим в грошовому обчисленні [9].

Величина товарообороту залежать від ряду факторів: загальна макроекономічна ситуація, стан кон'юнктури споживчого ринку, обсяги та структура пропозиції споживчих товарів, стан конкуренції на даному регіональному товарному ринку, державне регулювання, стратегія діяльності підприємства на споживчому ринку, спеціалізація (товарний профіль) підприємства, місцезнаходження підприємства, ресурсна забезпеченість діяльності, цінова та маркетингова політика.

Товарооборот підприємства торгівлі здійснюється в різноманітних видах та формах (рис. 1.1).

*Залежно від специфіки операцій з купівлі-продажу товарів у складі товарообороту підприємства торгівлі виділяють його наступні види.*

1. Роздрібний товарооборот, який характеризує обсяги продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для власного користування [15, с. 151].

2. Оптовий товарооборот, який характеризує виручку від продажу споживчих товарів, що пройшли визначену технологічну обробку на даному підприємстві (зберігання, оптове підсортування, транспортування, передпродажну підготовку та інше), різним оптовим покупцям для наступної реалізації кінцевим споживачам [13, с. 132].

Оптова реалізація товарів може здійснюватися в наступних формах [13]:

- регіональний оптовий товарооборот - продаж товарів оптовим покупцям свого регіону (міста, району, області);





Рис. 1.1. Основні види та форми товарообороту підприємства торгівлі  
[13, с. 132-136]

- міжрегіональний товарооборот - реалізація споживчих товарів оптовим покупцям інших регіонів (за межі області в рамках країни);
- зовнішньоторговий товарооборот - продаж товарів оптовим покупцям інших країн (за експортом).

3. Торговельно-посередницький товарооборот, який визначається обсягом посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів без будь-якої технологічної обробки на даному підприємстві торгівлі роздрібним або оптовим покупцям [30, с. 126].

У складі торговельно-посередницького обороту виділяють [30, с. 127]:

- оборот на біржовому ринку, тобто посередницькі операції з купівлі-продажу товарів на різноманітних товарних спеціалізованих або універсальних біржах через створені (придбані) брокерські контори або брокерські місця;
- оборот на позабіржовому ринку, до складу якого включають обсяг посередницьких угод, що склалися поза товарними біржами з вітчизняними або зарубіжними учасниками.

Роздрібна реалізація товарів здійснюється в різноманітних формах роздрібно-товарообороту [35]:

1. *Залежно від організаційних форм продажу споживчих товарів* роздрібний товарооборот поділяється на:

- а) товарооборот торговельної мережі, у складі якого виділяють:
  - товарооборот роздрібно-торгівлі, який здійснюється через спеціально організовану торговельну мережу (магазини, намети, кіоски, аптеки, автозаправочні станції та інше);
  - товарооборот підприємств громадського харчування (їдалень, кафе, кафетеріїв, ресторанів, барів та інше).

б) продаж поза торговельною мережею населенню товарів власного виробництва, закуплених «на боці» або отриманих за бартером через каси неторгових підприємств, організацій, установ.

2. *Залежно від складу кінцевих споживачів* виділяють такі форми роздрібного товарообороту, як:

- продаж безпосередньо населенню;
- продаж товарів із спеціалізованої торговельної мережі окремим категоріям організацій та підприємств в порядку дрібного гурту.

3. *Залежно від форми грошових розрахунків* виділяють:

- реалізацію товарів за готівку: грошові кошти, отримані безпосередньо від покупців або перераховані із спеціальних рахунків вкладників (фізичних осіб) за їх дорученням;
- за розрахункові чеки установ, банків;
- продаж товарів за безготівковим розрахунком.

4. *Залежно від термінів розрахунку за реалізовані товари у складі роздрібного товарообороту* виділяють:

- продаж товарів з негайною оплатою;
- продаж товарів в кредит з відстрочкою платежу на встановлений термін або шляхом здійснення узгоджених періодичних платежів.

Незалежно від часу сплати грошей роздрібний товарооборот визначається в цінах фактичної реалізації на момент передачі товарів покупцям.

5. *Залежно від характеру реалізованих товарів у складі товарообороту* виділяють:

- продаж нових товарів;
- продаж товарів, що були у використанні - закуплених у населення, прийнятих підприємствами торгівлі від населення на комісію.

6. *За асортиментною структурою* виділяють:

- товарооборот від продажу продовольчих товарів;

- товарооборот від продажу непродавчих товарів.

7. *За територіальними межами ринку:*

- товарооборот на внутрішньому ринку;

- товарооборот на зовнішньому ринку.

8. *За ступенем участі підприємства у процесі виробництва товарів:*

- продаж покупних товарів;

- продаж власних торгівельних марок;

- продаж продукції власного виробництва.

9. *За характером товарів, що реалізуються:*

- продаж нових товарів;

- продаж товарів, що були у використанні.

Оптовий товарооборот поділяють на:

1. Регіональний оптовий товарооборот.

2. Міжрегіональний оборот.

3. Зовнішньоторговельний оборот по експорту.

Торгово – посередницький товарооборот поділяється на:

1. Оборот на біржовому ринку.

2. Оборот на позабіржовому ринку.

Прогнозування товарообороту є невід'ємною складовою успішної роботи в умовах ринкової економіки і вільної конкуренції. Це, в першу чергу, обумовлено не тільки необхідністю мати уявлення про поточну ситуацію, а й можливістю передбачити майбутнє для тактичного і стратегічного планування дій, які покликані збільшити товарооборот [30].

Прогнозування – це процес адаптації теперішнього стану підприємства до зміни умов його внутрішнього і зовнішнього середовища в майбутньому. Прогнозування - це процес, заснований на науковому дослідженні часового ряду або значень минулого тимчасового відрізка, результат якого - модель майбутньої події з урахуванням того, що впливає на ситуацію чинників. У свою

чергу, результатом прогнозування, як процесу, є прогноз - науково-обґрунтоване судження про стан об'єкта прогнозування в майбутньому, основною відмінністю від гіпотези якого можна назвати наявність якісних і кількісних характеристик об'єкта, а також більшої точності і достовірності [26, с. 83].

Необхідність прогнозування товарообороту в умовах ринку пояснюється тим, що, по-перше, ринкове господарство відрізняється коливанням ринкової кон'юнктури і необхідно ці коливання передбачати і згладжувати, по-друге, за необхідності постійного розвитку і росту товарообороту, підприємство повинно стратегічно попереджати невизначеність оточення і визначати можливі дії підприємства для досягнення поставленої мети [20, с. 170].

Прогноз товарообороту розробляють на різні проміжки часу. Так, короткотерміновий прогноз, строком до одного року, є основою для планування потреби в товарних ресурсах, він дає змогу згладити коливання в обсягах продажу за рахунок впливу сезонних факторів [26, с. 84].

Середньотерміновий прогноз товарообороту, зазвичай, розробляється для встановлення термінів заходів, з яких складається стратегія продажу товарів, передбачення труднощів і можливостей у певних регіонах, перенесення існуючих тенденцій у майбутнє з врахуванням змін у попиті, пропозиції та кон'юнктурі ринку та інших факторів.

Довготерміновий прогноз товарообороту розробляють для визначення стратегії продажів підприємства, обсягів продажу, яких підприємство планує досягти, а також факторів, що можуть завадити підприємству досягти своєї мети функціонування [26, с. 85].

Послідовність процесу прогнозування товарообороту підприємства торгівлі можна представити як алгоритм взаємопов'язаних етапів (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Етапи прогнозування товарообороту підприємства торгівлі [26, с. 87]

Під час прогнозування товарообороту користуються різними методами, кожен з яких має свої переваги і недоліки.

Розглянемо основні методи прогнозування товарообігу:

- а) Експертний;
- б) Екстраполяція;
- в) Реляційні кореляційні методи.

Метод експертних оцінок (експертний) заснований на суб'єктивній оцінці поточного часового проміжку і перспективи розвитку. Його доцільно застосовувати для кон'юктурних оцінок, особливо в тих випадках, коли отримати безпосередню інформацію про будь-яке явище чи процесі немає можливості [17, с. 188].

Метод експертних оцінок дає змогу цілком і повністю розглянути всі аспекти зовнішнього впливу на підприємство, передбачити можливі загрози зміни вподобань і смаків покупців, дії конкурентів, зміни на ринку, зміни соціального характеру та їх вплив на товарообіг. За його допомогою можна розробити заходи щодо швидкого реагування на кожну ситуацію, сприяти стабільній роботі підприємства. Проте цей метод є найбільш трудомістким і дорогим [17, с. 188].

Прогнози обсягу товарообороту за участю експертів можливо отримати в одній з трьох форм:

- а) точковий прогноз;
- б) інтервальний прогноз;
- в) прогноз розподілу ймовірностей.

Точковий прогноз є одним з найбільш простих, так як несе в собі менший обсяг інформації, ніж інші. Як правило, в більшості випадків, при оцінці результатів отриманого точкового прогнозу, мається на увазі, що даний спосіб може бути помилковим, а методами не передбачений розрахунок неточності [21].

Тому на практиці частіше використовуються два інші методи - інтервальний і метод розподілу ймовірностей.

Інтервальний прогноз вказує не на єдине можливе прогнозне значення показника або вектора значень, він включає в себе інтервал який в значній мірі залежить від довірчої ймовірності, варто відзначити що чим вище значення довірчої ймовірності, тим ширше інтервал можливих значень в якому буде знаходитися отриманий прогноз [21].

При формуванні прогнозу потрібно спиратися на передумову «то що трапиться в майбутньому, можна визначити минулим» або «є істотні закономірності в товарообороті попереднього періоду, які можна використовувати в майбутньому», в незалежності від того, які методи застосовуються для прогнозування: змінна середня або казуальні (причинно-наслідкові) методи [26].

В основі казуальних методів (реляційних) лежить спроба виявити фактори, що показують поведінку прогнозованого показника. Так, пошук факторів призводить до економіко-математичного моделювання - побудові моделі поведінки економічного об'єкта, який враховує розвиток взаємозалежних явищ і процесів. Застосування багатфакторного прогнозування потребує вирішення складного завдання вибору факторів, яке не може бути вирішене чисто статистичними методом, а пов'язане з необхідністю глибокого аналізу економічного змісту даного явища або процесу [28, с. 92].

Результатом прогнозування в незалежності від методу є сформований прогноз майбутнього, на підставі якого необхідно приймати управлінські рішення, що складаються з безлічі альтернатив [26].

Таким чином, прогнозування товарообороту в умовах ринкової економіки і вільної конкуренції є невід'ємною складовою успішної роботи на ринку. Це обумовлено необхідністю не тільки мати уявлення про поточну ситуацію, а й



отримати можливість зазирнути в майбутнє для тактичного і стратегічного планування дій, спрямованих на збільшення товарообігу.

Таким чином, сутність товарообороту виражають економічні відносини, пов'язані з обміном готівкових коштів населення на придбані товари. Обсяг товарообороту виступає, як основний показник ефективності організації торгівлі і знання про його складі можуть бути використані аналітиками для розрахунку трудомісткості, фондомісткості, затратомісткості, капіталомісткості ресурсів і можливості їх оптимізації. За допомогою цих показників можна в першому наближенні визначити потребу підприємства в додаткових ресурсах для забезпечення приросту товарообороту.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ТОВ «АЛЬЯНС КЛІМАТ»

#### 2.1. Аналіз обсягу та асортиментної структури товарообороту ТОВ «Альянс Клімат»

Вивчення існуючих тенденцій та можливостей підприємства щодо реалізації товарів, визначення факторів, які позитивно чи негативно впливають на обсяг товарообороту, досягається в процесі аналізу його обсягу та структури.

Проведення економічного аналізу дозволяє [14]:

- вивчити стан виконання плану товарообороту, ритмічність та сезонність реалізації товарів у майбутньому періоді;
- визначити склад товарообороту за формами, видами, методами продажу, асортиментною структурою;
- виявити основні тенденції та закономірності в реалізації товарів.

Інформація про ТОВ «Альянс Клімат»:

Повна назва компанії: Товариство з обмеженою відповідальністю «Альянс Клімат»

ЄДРПОУ: 41294759

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю.

Керівник: Кодола Юрій Олександрович

- Адреса: 18000, Черкаська обл., місто Черкаси, Придніпровський район, вулиця Героїв Дніпра, будинок 21, квартира 45

Види діяльності компанії за КВЕД:

Основний:

47.99 Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами

Інші види діяльності:

27.51 Виробництво електричних побутових приладів

43.22 Монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування

46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту

77.39 Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів. н. в. і. у.

На першому етапі аналізу визначають обсяг продажу товарів підприємством «Альянс Клімат» у вартісному і натуральному виразі.

Спочатку проаналізуємо динаміку загального обсягу товарообороту досліджуваного підприємства за 2018-2020 роки (рис. 2.1).

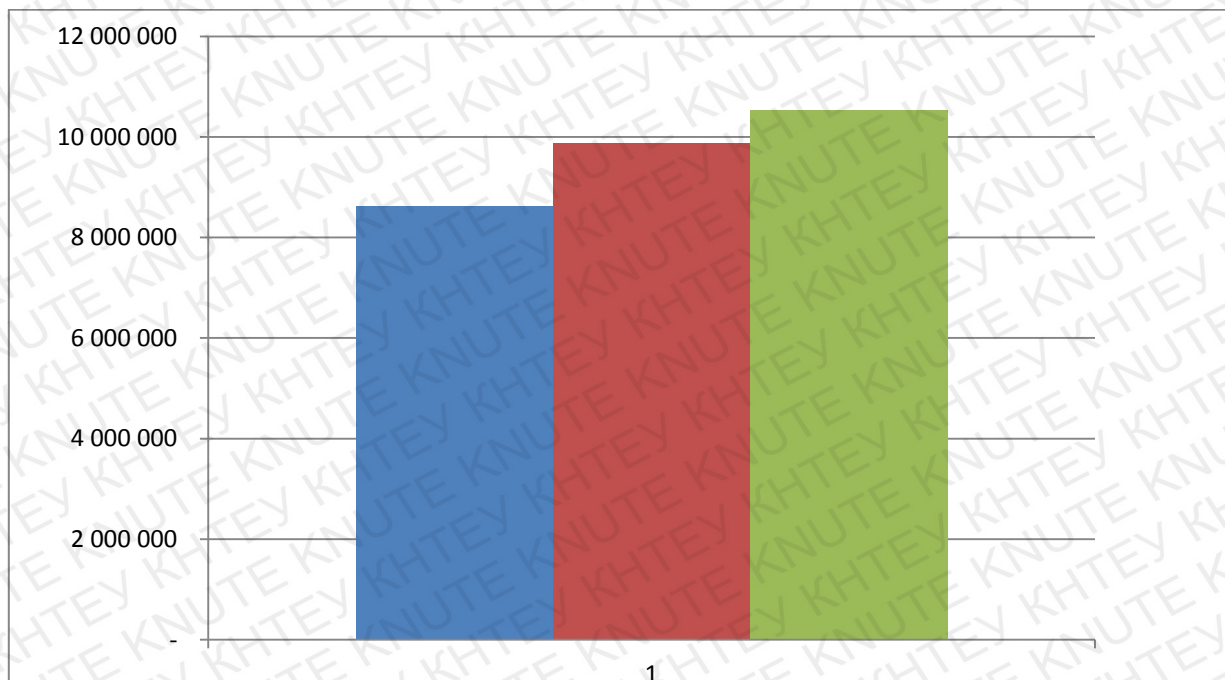


Рис. 2.1. Динаміка товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-2020 роки

З рис. 2.1. можна прослідкувати тенденцію збільшення товарообороту протягом останніх трьох років. У 2018 році товарооборот склав 8632919 грн, а в 2020 році 10524806 грн., тобто мало місце його зростання на 1891887 грн, або на 18%.

На другому етапі аналітичні роботи пов'язані з визначенням абсолютної зміни та темпів зростання (приросту) обсягів товарообороту за окремими асортиментними групами (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Динаміка обсягу та асортиментного складу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-2020 роки**

№ з/п	Показник	Обсяг, грн.			Абсолютна зміна, грн.		Темп приросту, %	
		2018р	2019р	2020р	2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
1	Побутові кондиціонери on-off	1 819 000	1 944 250	2 046 300	125 250	102 050	6,89	5,25
2	Побутові кондиціонери інверторні	2 277 000	2 580 600	2 757 470	303 600	176 870	13,33	6,85
3	Побутові кондиціонери	1 440 000	1 501 500	1 568 418	61 500	66 918	4,27	4,46
4	Система розумного будинку	-	260 000	292 264	260 000	32 264		12,41
5	Побутові вентилятори	273 240	295 500	289 478	22 260	-6 022	8,15	-2,04
6	Мийки повітря	458 694	520 730	588 000	62 036	67 270	13,52	12,92
7	Зволожувачі та очищувачі повітря	186 105	158 400	194 100	-27 705	35 700	-14,89	22,54
8	Сушильні мультикомплекси	366 165	390 576	463 809	24 411	73 233	6,67	18,75
9	Припливно-очисні мультикомплекси	156 345	286 000	296 877	129 655	10 877	82,93	3,80
10	Обігрівачі електричні побутові	254 620	322 525	318 820	67 905	-3 705	26,67	-1,15
11	Сушарки для рук	379 500	390 500	463 040	11 000	72 540	2,90	18,58
12	Промислове теплове обладнання	1 022 250	1 224 000	1 246 230	201 750	22 230	19,74	1,82
	<b>Всього</b>	<b>8 632 919</b>	<b>9 874 581</b>	<b>10 524 806</b>	<b>1 241 662</b>	<b>650 225</b>	<b>14,38</b>	<b>6,58</b>

Аналізуючи дані табл. 2.1, можна зробити висновки, що по товарних групах відбулося збільшення обсягу товарообороту, окрім групи «Зволожувачі та очищувачі повітря». Тут мало місце зменшення обсягів реалізації на 27705 грн. або на 14,89%. У 2019 році відбулися зміни у товарному асортименті ТОВ «Альянс Клімат», у продажу з'явилися системи розумного будинку, реалізація яких є успішною, підтвердженням чого є зростання обсягу товарообороту у 2020 році порівняно з 2019 роком на 12,41%. Найбільша реалізація в період 2018-2020 років спостерігається у товарах: побутові кондиціонери інверторні – у 2020 році в порівнянні з 2018 реалізація збільшилася на 480470 грн., побутові кондиціонери – у 2020 році в порівнянні з 2018 продаж збільшився на 128418 грн.

На третьому етапі аналізуємо структуру товарообороту «Альянс Клімат» (табл. 2.2), щоб визначити, які асортиментні групи займають найбільші частки у загальному товарообороті підприємства. На цьому етапі аналітичної роботи визначається питома вага окремих товарних груп у загальному обсязі товарообороту підприємства.

Дослідження асортиментної структури товарообороту дозволяє здійснювати ранжування товарних груп за ступенем їх значущості, вкладу в загальний обсяг товарообігу підприємства, а також кількісно оцінювати позитивний або негативний вплив динаміки реалізації окремих видів товарів.

Аналізуючи структуру товарообороту ТОВ «Альянс Клімат», можна сказати, що найбільшу питому вагу протягом трьох років займають побутові кондиціонери інверторні з показником 26,2% у 2020 році, побутові кондиціонери on-off з показником 19,44% у 2020 році та побутові кондиціонери з показником 14,9% у 2020 році. Найменшу питому вагу у 2020 році у динаміці структури товарообороту підприємства займають такі товарні групи, як зволожувачі та очищувачі повітря з показником 1,84% та побутові вентилятори з показником 2,75%.

Таблиця 2.2

**Динаміка структури товарообороту ТОВ «Альянс Клімат»  
за 2018-2020 роки**

№ з/п	Показник	Питома вага, %			Абсолютна зміна по питомій вазі, в.п.	
		2018р	2019р	2020р	2019/ 2018	2020/ 2019
1	Побутові кондиціонери on-off	21,07	19,69	19,44	-6,55	-1,25
2	Побутові кондиціонери інверторні	26,38	26,13	26,20	-0,92	0,25
3	Побутові кондиціонери	16,68	15,21	14,90	-8,84	-2,00
4	Система розумного будинку	0,00	2,63	2,78	0,00	5,46
5	Побутові вентилятори	3,17	2,99	2,75	-5,45	-8,09
6	Мийки повітря	5,31	5,27	5,59	-0,75	5,94
7	Зволожувачі та очищувачі повітря	2,16	1,60	1,84	-25,59	14,97
8	Сушильні мультикомплекси	4,24	3,96	4,41	-6,75	11,41
9	Припливно-очисні мультикомплекси	1,81	2,90	2,82	59,93	-2,61
10	Обігрівачі електричні побутові	2,95	3,27	3,03	10,74	-7,26
11	Сушарки для рук	4,40	3,95	4,40	-10,04	11,25
12	Промислове теплове обладнання	11,84	12,40	11,84	4,68	-4,47
	Всього	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Аналізуючи зміни у питомій вазі ми можемо виявити товарні групи, які постійно користуються попитом у споживачів, та ті товари, на які тільки зростає попит у споживачів.

На четвертому етапі здійснюється ранжування асортиментного портфелю (сукупність асортиментних груп, що характеризуються різним рівнем рентабельності і мають різні перспективи на ринку) підприємств роздрібною торгівлі. Для проведення ранжування асортиментних груп використаємо метод АВС-аналізу.

Метод АВС-аналізу дозволяє здійснити ранжування асортименту за різними параметрами. Він базується на принципі Парето, який виходить з того, що за 20% відповідає 80% причин [5]. Запропонований підхід набув подальшого розвитку в працях багатьох дослідників і широко використовується в практичній діяльності торгових підприємств [5].

Віднесення асортиментної групи до категорій А, В і С для підприємства роздрібною торгівлі рекомендується проводити за такими співвідношеннями відсотків [16,18]:

- 1) категорія А – найбільш важливі товари, які займають 50% в загальному обсязі товарообороту;
- 2) категорія В - «середні» за важливістю товари, які займають 30% від загального обсягу товарообороту;
- 3) категорія С – «проблемні» товари, які займають 20% від загального обсягу товарообороту.

За товарами категорії А доцільно проводити повну інвентаризацію не рідше одного разу в квартал. Необхідно постійно відстежувати попит на такі товари, обсяги замовлених партій, розмір страхового запасу, періоди оборотності запасів. Для товарів категорії В застосовуються такі ж самі заходи, що і для категорії А, проте вони здійснюються з більш тривалим часовим періодом. Для товарів категорії С обсяги партій замовлення і страхового запасу можуть бути значними, оскільки зберігання крупних партій товарів цієї категорії не тягне за собою суттєвих витрат (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Результати ABC – аналізу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат»  
за 2020 рік**

№ з/п	Показник	2020р, шт	Частка	Накопичу- вальний підсумок	ТОР
1	Побутові кондиціонери on-off	190	11%	11%	A
2	Побутові кондиціонери інверторні	230	13%	13%	B
3	Побутові кондиціонери	173	10%	78%	B
4	Система розумного будинку	136	8%	85%	C
5	Побутові вентилятори	203	12%	25%	C
6	Мийки повітря	196	11%	36%	C
7	Зволожувачі та очищувачі повітря	60	3%	97%	C
8	Сушильні мультикомплекси	57	3%	100%	C
9	Припливно-очисні мультикомплекси	67	4%	93%	C
10	Обігрівачі електричні побутові	190	11%	57%	C
11	Сушарки для рук	80	5%	90%	C
12	Промислове теплове обладнання	183	10%	68%	C
	Всього	1 765	100%		

Роблячи висновки з ABC – аналізу, можна сказати, що потрібно часто проводити інвентаризацію для побутових кондиціонерів інверторних.

До B категорії відносяться товари побутові вентилятори та мийки повітря, тобто вони середні за важливістю. Решта товарів асортиментної групи відноситься до категорії C.

Отже, за аналітичний період відбувалися позитивні зміни в діяльності торговельного підприємства, які позитивно вплинули обсяг реалізації товарів. Абсолютна зміна кількості відбулася у припливно-очисних мультикомплексах, обігрівачі електричні та промислове теплове обладнання. У 2020 році відбулися



зміни у асортименту продукції, з'явилися у продажу ТОВ «Альянс Клімат» системи розумного будинку, їхній продаж успішний, цьому є підтвердженнями, що їхні продажі зросли з 2020 року на 12,41%. Питому вагу протягом трьох років займають побутові кондиціонери інвенторні та побутові вентилятори. Але із зміною років можна прослідкувати тенденцію до збільшення питомої ваги у побутових кондиціонерах on-off та обігрівачі електричні побутові. Помірний попит спостерігається у промислово теплового обладнання, а сезонний попит спостерігається у побутових кондиціонерах інвенторних.

## **2.2. Аналіз рівномірності та сезонності реалізації товарів на ТОВ «Альянс Клімат»**

Особливістю формування товарних запасів на ТОВ «Альянс Клімат» є те, що у 2020 році 15% було імпортовано, тобто їх рівень мав бути значним. Поставки через невеликий проміжок часу незначними партіями є економічно не вигідними, тому що транспортні витрати та витрати на митниці значно перевищують складські витрати. Постачання відбувалися раз у квартал, і середні товарні запаси мали постійну тенденцію до зростання.

ТОВ «Альянс Клімат» має можливість маневрувати частками в структурі в залежності від стану попиту та пропозиції на ринку, що дозволяє страхувати ризик стрімкого падіння попиту на одну з товарних груп: умови контрактів дозволяють здійснити обмін товарів з постачальниками в разі несприятливої ситуації. Всі товарні групи не потребують особливих умов зберігання та мають значний термін зберігання, що дозволяє створювати сезонні товарні запаси. В цілому асортимент досить широкий, але розширення можливе за рахунок товарів інших торговельних марок, що відрізняються від тих, з якими проводить операції ТОВ «Альянс Клімат», ціною та якістю. Так у стані переговорів

контракт з американською компанією на постачання товарів кращих за якістю та вищих за ціною.

*XYZ-аналіз (варіаційний аналіз)* це математично-статистичний метод, який дозволяє аналізувати і прогнозувати стабільність продажу окремих видів товарів та коливання рівня їх споживання (табл 2.4).

Таблиця 2.4

### Результати XYZ – аналізу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат»

№ з/п	Показник	Обсяг, шт.			Коефіцієнт варіації	ТОР
		2018р	2019р	2020р		
1	Побутові кондиціонери on-off	170	175	190	6%	A
2	Побутові кондиціонери інверторні	198	220	230	8%	B
3	Побутові кондиціонери	160	165	173	4%	B
4	Система розумного будинку	-	130	136	3%	C
5	Побутові вентилятори	184	197	203	5%	C
6	Мийки повітря	153	173	196	12%	C
7	Зволожувачі та очищувачі повітря	57	48	60	11%	C
8	Сушильні мультикомплекси	45	48	57	12%	C
9	Припливно-очисні мультикомплекси	35	65	67	32%	C
10	Обігрівачі електричні побутові	145	175	190	13%	C
11	Сушарки для рук	69	71	80	8%	C
12	Промислове теплове обладнання	150	180	183	11%	C

За цим методом товари поділяються на категорії X, Y і Z [7]:

- 1) До категорії X входять товари, які характеризуються стабільністю обсягів товарообороту і високими можливостями його прогнозу. Відхилення від

середнього товарообороту є незначним (коефіцієнт варіації не перевищує 10%).

- 2) До категорії Y входять товари, які мають коливання у попиту і середній прогноз продаж (коефіцієнт варіації знаходиться в діапазоні від 10% до 25%).
- 3) До категорії Z входять товари з нерегулярним споживанням, відсутністю чітких тенденцій зміни обсягів товарообороту, точність прогнозу обсягів товарообороту невисока (коефіцієнт варіації перевищує 25%).

Майже всі товари входять до категорії X та Y. З цього можна сказати, що всі товари мають стабільний обсяг продажів та можна спрогнозувати їхні зміни. От тільки припливно – очисні мультикомплекси відносять до Z категорії. Ці товари є прикладом нерегулярним споживанням. Зазвичай їх купують на заміну або як новий вид товару.

В умовах кризових економічних тенденцій забезпечення динамічного розвитку підприємств роздрібної торгівлі вимагає глибокого і всебічного аналізу їх товарообороту. Сучасний стан методичного забезпечення аналізу роздрібного товарообороту характеризується різноманітністю інструментів, що неодноразово висвітлювалися у економічній літературі.

Якщо у досліджуваній часовій послідовності спостерігаються стійкі відхилення від тенденції (в більшу або в меншу сторону), то можна припустити наявність у ряду динаміки деяких (одного або декількох) коливальних процесів.

Це особливо помітно, коли досліджувані явища мають сезонний характер, - зростання або спадання рівнів повторюється регулярно з інтервалом один рік (наприклад, виробництво молока і м'яса по місяцях року, споживання палива та електроенергії для побутових потреб, сезонна продаж товарів тощо) .

Завдання, які необхідно вирішити в ході дослідження сезонності:

- 1) виявити наявність сезонності;
- 2) чисельно висловити сезонні коливання;

- 3) виділити фактори, що викликають сезонні коливання;
- 4) оцінити наслідки сезонних коливань;
- 5) провести математичне моделювання сезонності.

Сезонність виявляється за допомогою:

- 1) методу абсолютних різниць;
- 2) методу відносних різниць;
- 3) індексного методу.

Метод абсолютних різниць полягає в розрахунку місячних середніх і загальної середньої та подальшому їх порівнянні:

$$\Delta_c = y_t - y_c \quad (2.1)$$

де  $y_t$  - середній рівень показника за три і більше року,

$y_c$  - середній рівень за всі роки значення показника.

Якщо сезонність оцінюється за даними за три роки (тридцять шість місяців), то:

$$y_c = \frac{\sum y_i}{36} \quad (2.2)$$

де  $y_i$  - значення рівня динамічного ряду.

Величина і знак значень абсолютних відхилень визначають наявність сезонності.

Метод відносних різниць є продовженням методу абсолютних різниць. Як показник, що характеризує сезонну нерівномірність, використовується показник відносного відхилення:

$$\Delta_{otn} = \frac{y_i - y_c}{y_c} \quad (2.3)$$

За величиною і знакам значень відносних відхилень можна судити про величину і силі впливу сезонного фактора.

Індекс сезонності розраховується:

$$I_c = \frac{y_i}{y_c} \quad (2.4)$$

де  $y_t$  - середній рівень показника за три і більше року,

$y_c$  - середній рівень за всі роки значення показника.

Розрахунок індексу сезонності по даній формулі не враховує наявність тренда.

Розраховані значення індексу сезонності порівнюються із значенням 100%. Якщо індекс сезонності перевищує 100% - це свідчить про вплив сезонного фактору в бік збільшення рівнів динамічного ряду.

Якщо індекс сезонності менше 100% - то сезонний фактор викликає зниження рівнів динамічного ряду.

Визначимо наявність сезонних коливань для динамічного ряду методом постійної середньої (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Індекси сезонності реалізації товарів ТОВ «Альянс Клімат»

Періоди року	Обсяг, грн.			Сума, грн.	Середній обсяг, грн.	Індекси сезонності, %
	2018р	2019р	2020р			
1	2	3	4	5	6	7
січень	1 819 000	1 944 250	2 046 300	5 809 550	1936516,7	240,13
лютий	2 277 000	2 580 600	2 757 470	7 615 070	2538356,7	314,76
березень	1 440 000	1 501 500	1 568 418	4 509 918	1503306,0	186,41
квітень		260 000	292 264	552 264	184088,0	22,83
травень	273 240	295 500	289 478	858 218	286072,7	35,47

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7
червень	458 694	520 730	588 000	1 567 424	522474,7	64,79
липень	186 105	158 400	194 100	538 605	179535,0	22,26
серпень	366 165	390 576	463 809	1 220 550	406850,0	50,45
вересень	156 345	286 000	296 877	739 222	246407,3	30,55
жовтень	254 620	322 525	318 820	895 965	298655,0	37,03
листопад	379 500	390 500	463 040	1 233 040	411013,3	50,97
грудень	1 022 250	1 224 000	1 246 230	3 492 480	1164160,0	144,36
Разом	8632919	9874581	10524806	29 032 306	-	-
В середньому					806452,9	100,00

Наочно динаміку індексів сезонності реалізації товарів ТОВ «Альянс Клімат» у розрізі місяців наведено на рис. 2.2.

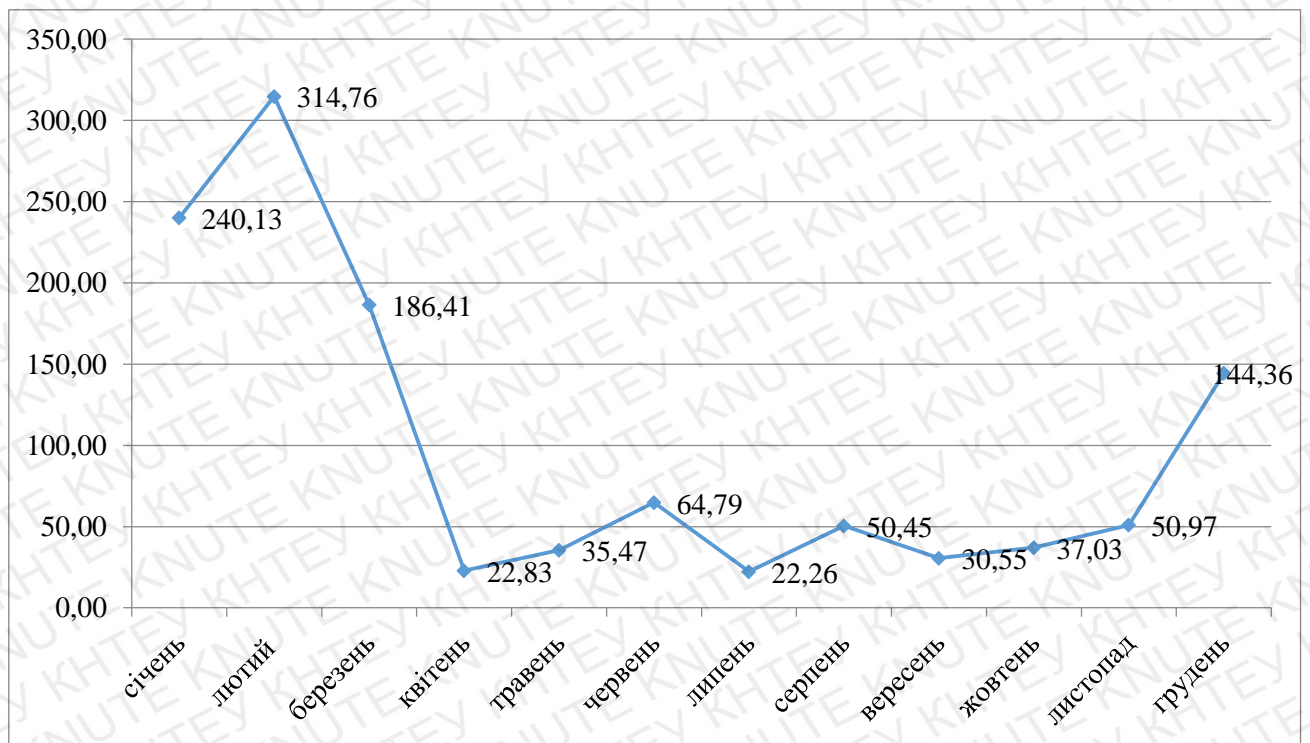


Рис. 2.2. Індекси сезонності реалізації товарів ТОВ «Альянс Клімат», %

З даних рис. 2.2 та табл. 2.5 можна сказати, що сезонна хвиля товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» свідчить, що вище від середнього рівня спостерігається реалізація товарів січні, лютому, березні та грудні. У квітні

хвиля спадає, а у травні зростає з новою силою. Найбільший спад товарообороту мав місце в квітні.

Сезонність і коливання попиту є факторами, як і справляють значний, але не дуже помітний вплив. Він не дуже помітний з-за швидкого зростання сектору ринку, який займає ТОВ «Альянс Клімат». Рівень наповнення товарного ринку досить диверсифікований, деякі товарні групи широко представлені по всіх споживчих вимогах, деякі майже відсутні. Тому рівень товарних запасів перших значно нижчий за рівень останніх, які мають вищу швидкість обертання. Швидкий огляд конкурентів вказує на олігополістичну спрямованість цього сектору ринку, де на незначну кількість компаній припадає значний об'єм товарообороту. ТОВ «Альянс Клімат» увійшла у це коло, але фірма має значну перевагу у тому, що інші компанії використовують асортимент товарів, що розглядається, як вторинний, а не як головний. При формуванні товарних запасів використовувалися виключно власні кошти підприємства. Якщо запозичення і мали місце, то вони були настільки короткостроковими, що не здійснювали значного впливу на фінансовий стан підприємства. Втрати економічного прибутку від невикористання позикових коштів компенсуються високим рівнем платоспроможності підприємства.

### **2.3. Оцінка критичних обсягів діяльності ТОВ «Альянс Клімат»**

Обсяги діяльності підприємства торгівлі в умовах ринкової економіки мають певну мінімальну і максимальну межу, які необхідно враховувати в процесі розробки стратегії його діяльності та стратегії управління товарооборотом.

Визначення мінімальної межі діяльності пов'язане з вимогами самоокупності та самофінансування діяльності господарюючого суб'єкта та базується на розрахунку «точки беззбитковості» («мертвої точки»).

Стосовно підприємства торгівлі під «точкою беззбитковості» розуміють такий обсяг товарообороту підприємства, при якому сума одержаного валового доходу дорівнює сумі поточних витрат, тобто досягається самоокупність діяльності.

Визначення «точки беззбитковості» має суттєве значення при обґрунтуванні доцільності створення підприємства та його діяльності на певному регіональному чи товарному ринку, а також в процесі функціонування – для визначення критичного визначення обсягу товарообороту, яке обумовлює отримання збитків від торговельної діяльності.

Та все ж для власників підприємств мінімально допустимий обсяг діяльності підприємства торгівлі (товарообороту) пов'язаний з визначенням «точки мінімальної рентабельності». Досягнення цієї мінімальної межі діяльності підприємства є умовою отримання мінімального прибутку та задоволення його економічних інтересів.

Розрахунок точки беззбитковості може бути проведено за наступною формулою:

$$T_{\text{беззб.}} = \frac{VO_{\text{пост}}}{P_{\text{кд}} - P_{\text{во.змін}}} * 100\% \quad (2.5)$$

Знаходження точки беззбитковості базується на співвідношенні постійних і змінних витрат.

На постійні витрати товарооборот не впливає. У цю групу можна віднести вартість оренди приміщень, оклади персоналу, амортизацію основних засобів і т.ін.



У той же час, товарооборот безпосередньо впливає на змінні витрати, до складу яких входять витрати на закупівлю товарів, енергоносіїв, премії персоналу і т.ін. Ці витрати розглядають через рівень, тобто частку в товарообороті

Для визначення критичних обсягів діяльності ТОВ «Альянс Клімат» (табл. 2.6) було використано показники фінансових результатів та дані управлінського обліку магазину.

Таблиця 2.6

**Динаміка критичних обсягів діяльності ТОВ «Альянс Клімат»  
за 2018-2020 роки**

Показник	Роки			Абсолютна зміна	
	2018	2019	2020	2019р до 2018р	2020р до 2019р
Обсяг товарообороту, тис. грн.	8632919	9874581	10524806	1241662	650225
Рівень комерційного доходу, %	16,8	15,67	17,5	-1,13	1,83
Точка беззбитковості, тис.грн.	7456256	8562458	9852635	1106202	1290177
Мінімальний прибуток (до оподаткування), тис.грн.	22145,89	22145,89	25478,69	-	3332,8
Точка мінімальної рентабельності, тис.грн.	114785,36	124563,28	133256,89	9777,92	8693,61
Поріг безпеки (рентабельності), тис. грн.	1176663	1312123	672171	135460	-639952
Запас фінансової міцності, %	13,63	13,29	6,39	-0,34	-6,90
Товарооборот, який забезпечує отримання нормального прибутку, тис. грн.	8447256	8459632	9547863	12376	1088231

Протягом досліджуваного періоду такий показник, як рівень комерційного доходу підприємства характеризується сталою динамікою і незначними коливаннями із тенденцією до зменшення (зменшення у 2019 році – на 1,13 в.п,

збільшення у 2020 році – на 1,83 в. п.) з обсягом відповідно: у 2018 році – 16,8%; у 2019 р. – 15,67%; у 2020 р. – 17,5%. Це говорить про те, що підприємство скоротило рівень торговельної надбавки в цінах на деяку продукцію, метою могло слугувати зниження ціни на продукцію для збільшення кількості покупців. Також доволі суттєвим мотивом зниження торговельної надбавки слугувало скороченням купівельної спроможності населення м. Києва на тлі негативних економічних явищ в країні.

Як наслідок, аналогічну ситуацію можна спостерігати у динаміці показників точки беззбитковості підприємства, оскільки вона прямо залежна від рівня комерційного доходу. У 2019 році порівняно з 2018 роком даний показник збільшився та становив 8562458 тис. грн. У 2020 році також збільшився і склав 9852635 тис. грн., на що вплинуло зростання обсягу операційних витрат, зокрема адміністративних.

Припустима межа зниження обсягу товарообороту характеризує поріг безпеки підприємства і запас фінансової міцності. Чим більше значення мають поріг безпеки і запас фінансової міцності підприємства, тим краще здійснюється процес управління обсягом, складом, динамікою, швидкістю і структурою товарообороту з погляду забезпечення умов для його самоокупності і самофінансування.

У 2018-2020 роках ми спостерігаємо перевищення фактичного обсягу товарообороту над величиною товарообороту в точці беззбитковості. Поріг безпеки, відповідно, становив 1176663 тис.грн. у 2018 році, 1312123 тис.грн. у 2019 році та 672171 тис.грн. у 2020 році. Найбільший запас фінансової міцності ТОВ «Альянс Клімат» мало у 2018 році – 13,63%. У 2020 році на досліджуваному підприємстві торгівлі фактичний товарооборот міг бути зменшений до досягнення точки беззбитковості на 6,39%.

Точка мінімальної рентабельності, яка характеризує обсяг товарообороту ТОВ «Альянс Клімат», при якому за рахунок одержаного комерційного доходу

(без ПДВ) можуть бути покриті всі витрати обігу і підприємство одержить мінімальну суму прибутку, становила у 2020 році 133256,89 тис.грн., що є нижчим за фактичний товарооборот цього року.

Після розрахунку обсягу товарообороту, який забезпечує отримання нормального прибутку, ми можемо спостерігати позитивну ситуацію, адже в даному випадку діяльність ТОВ «Альянс Клімат» характеризується значним перевищенням показника фактичного обсягу товарообороту над тим, який забезпечує отримання нормального прибутку.

Отже, проведений аналіз характеризує позитивну тенденцію щодо проведення основної – торговельної діяльності на підприємстві торгівлі, оскільки значення всіх критичних обсягів діяльності (точка беззбитковості; точка мінімальної рентабельності; товарооборот, який забезпечує отримання нормального прибутку) є нижчим за фактичний обсяг товарообороту досліджуваного підприємства торгівлі.

### РОЗДІЛ 3

## ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРООБОРОТУ ТОВ «АЛЬЯНС КЛІМАТ»

Усі підприємства функціонують в умовах невизначеності, але, попри це, управлінці повинні приймати рішення, що впливають на майбутнє підприємства. Для формулювання обґрунтованих припущень про майбутнє доцільно використовувати прогнозування.

Проведемо прогнозування обсягу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат». В табл. 3.1 наведені щомісячні обсяги товарообороту за період 2018-2020 років.

*Таблиця 3.1*

### Помісячні обсяги товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-2020 роки

Періоди року	Обсяг, грн.		
	2018р	2019р	2020р
січень	1 819 000	1 944 250	2 046 300
лютий	2 277 000	2 580 600	2 757 470
березень	1 440 000	1 501 500	1 568 418
квітень	-	260 000	292 264
травень	273 240	295 500	289 478
червень	458 694	520 730	588 000
липень	186 105	158 400	194 100
серпень	366 165	390 576	463 809
вересень	156 345	286 000	296 877
жовтень	254 620	322 525	318 820
листопад	379 500	390 500	463 040
грудень	1 022 250	1 224 000	1 246 230
Разом	8632919,0	9874581,0	10524806,0
В середньому			

Побудуємо ряд динаміки щодо базового тижня за допомогою базисного темпу зростання у відсотках (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## Динаміка продажів ТОВ «Альянс Клімат» щодо базового тижня, %

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2018	108	118	121	121	127	128	125	119	122	123	123
2019	115	126	126	124	125	131	128	123	133	121	125
2020	118	122	131	126	131	135	133	126	135	128	131
Середній	113	122	126	123	127	132	127	122	130	124	126
Факт 2021	108										

Якщо темпи приросту рівнів приблизно постійні, можна розрахувати середній темп приросту, як середню арифметичну, і послідовно помножити його на базисне значення рівня ряду стільки раз, на скільки періодів екстраполюється ряд. Проведемо візуальний аналіз темпів приросту обсягу товарообороту у відповідність з рис 3.1.

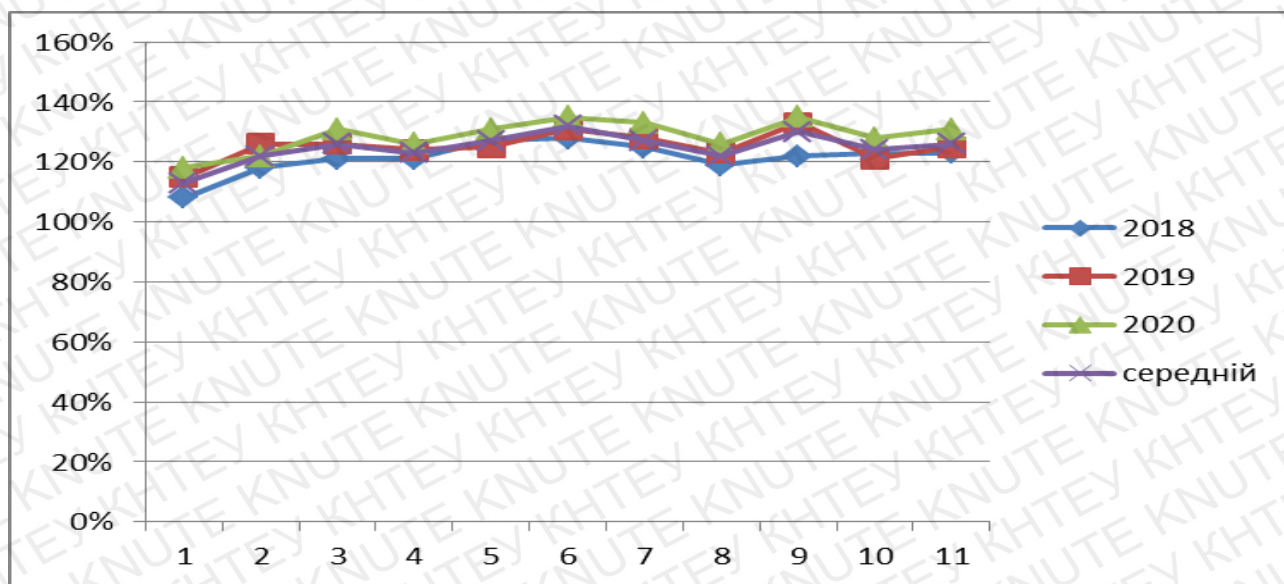


Рис. 3.1. Темпи приросту обсягу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-2020 роки

За досліджуваний ряд років тижневі коливання приросту щодо базової тижні залишаються більш-менш постійними. Помножимо отримані результати на фактичний тиждень 2021 для отримання прогнозу на 1 квартал (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Результати прогнозування товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» на  
2021 рік за середнім приростом щодо базового тижня**

Тиждень	Обсяг, тис.грн.					Зміна, %
	2018р	2019р	2020р	Середній	2021р	
1	6500350	8569456	10500256		14589798	0%
2	15356478	16478569	16546258	16127102	15998456	-5%
3	16458789	17456895	17256458	17057381		0%
4	16489569	17568978	18325456	17461334		0%
5	17589698	17654789	17895625	17713371		0%
6	17789546	17895658	18456589	18047264		0%
7	18795654	18879523	19854745	19176641		0%
8	17456895	18456256	18568966	18160706		0%
9	16478956	17123569	17452693	17018406		0%
10	19785698	20255456	20897569	20312908		0%
11	19845658	18456896	19875463	19392672		0%
12	19978523	19987512	20125478	20030504		0%

Провівши ретроспективний аналіз результатів прогнозування, були отримані відхилення прогнозу від факту на 2 тижні 3,7%, що свідчить про порівнянність динаміки минулих років і справжньої тенденції в обсязі товарообороту. Слід мати на увазі, що чим коротше термін попередження прогнозу, тим надійніше результати екстраполяції.

Оскільки даний спосіб є жорстко детермінованим, сильно залежить від базового тижня, для формування прогнозу, що може стати результатом менш точного прогнозу в разі аномально високого або низького тижня за обсягами

товарообороту. У зв'язку з чим звернемося до ще одного методу прогнозування - побудови адитивної моделі, що враховує сезонні коливання товарообороту компанії.

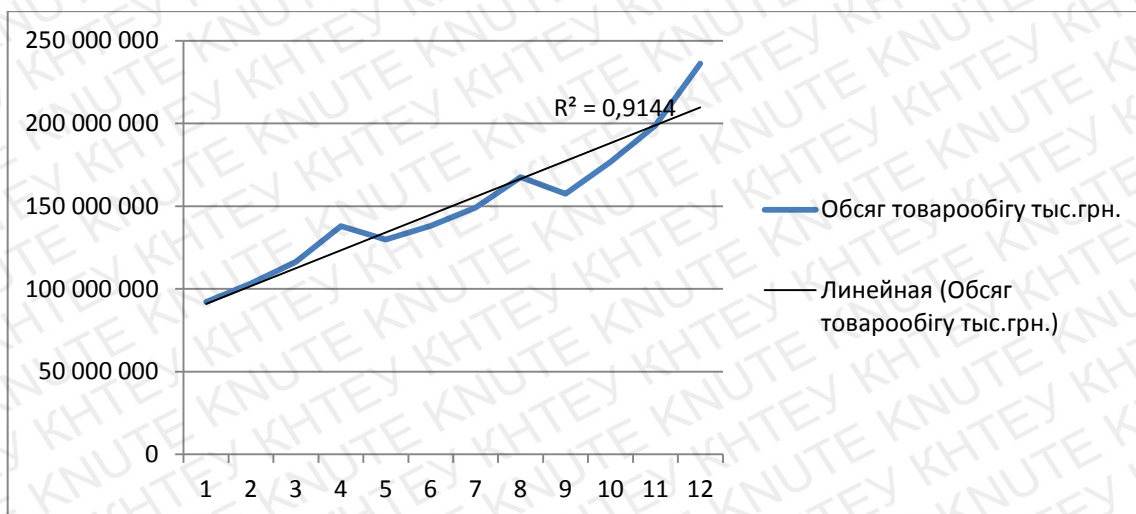
У табл. 3.4 наведені дані щодо обсягу товарообороту у вартісному виразі по кварталах 2018-2020 років (табл. 3.4).

*Таблиця 3.4*

**Обсяги товарообороту ТОВ «Альянс Клімат»  
по кварталах 2018-2020 років**

Рік	Квартал	Обсяг товарообороту тис.грн.
2018	1	92 029 988
2018	2	103 377 574
2018	3	116 257 178
2018	4	138 018 647
2019	5	129 849 945
2019	6	138 053 595
2019	7	149 203 708
2019	8	167 481 155
2020	9	157 444 903
2020	10	176 858 354
2020	11	198 892 780
2020	12	236 122 301

При побудові адитивної моделі прогнозу залежною змінною буде обсяг товарообігу, в якості незалежної виступатиме час  $t$ . Зобразимо ряд графічно і побудуємо діаграму за вихідними даними (рис. 3.2).



*Рис. 3.2. Динамічний ряд обсягу товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-2020 роки*

З рис. 3.2 видно, що в 4 кварталі щорічно відвантаження зростає, тому є підозра на наявність сезонної компоненти в ряді. Амплітуда коливань зберігається і є постійною, що дозволяє зробити висновок про те, що для прогнозування необхідно застосувати адитивну модель з постійними сезонними коливаннями.

Визначимо прогнозні значення товарообігу на майбутній період з урахуванням сезонної складової, яка буде підсумовуватися з отриманим трендом у відповідність з адитивною структурою тимчасового ряду (рис. 3.3).

У нашому випадку коефіцієнти  $= -5,747711 = -26586440,88$ . Після знаходження коефіцієнтів, підставляємо значення майбутніх періодів в рівняння регресії, для отримання значення тренда.

Отримані значення коригуємо з урахуванням сезонної компоненти. Таким чином, ми отримали прогноз товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» на 2021 рік (табл.3.5).



Вывод итогов						Вывод итогов					
<i>ессийонная статистика</i>						<i>Регрессионная статистика</i>					
Множест	0,944882					Множест	0,944882098				
R-квадрат	0,892802					R-квадрат	0,892802179				
Нормиро	0,880891					Нормиро	0,88089131				
Стандарт	1,144638					Стандарт	1,144637754				
Наблюде	11					Наблюде	11				
<i>Дисперсионный анализ</i>						<i>Дисперсионный анализ</i>					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>ачимость F</i>		<i>df</i>	<i>SS</i>			
Регрессия	1	98,20824	98,20824	74,95693	1,17E-05	Регрессия	46,89929861	44,37417004			
Остаток	9	11,79176	1,310196			Остаток	-0,322485784	-4,16738799			
Итого	10	110				Итого	210	310			
<i>Коэффициент корреляции</i>						<i>Коэффициенты</i>					
<i>Корреляция</i>						<i>Стандартная ошибка</i>					
Y-пересеч	-5,78301	1,516278	-3,81395	0,004128	-9,21307	-2,35295	-9,21307	-2,35295	Y-пересеч	-5,747711383	-6,158074863
92029988	8,22E-08	9,49E-09	8,657767	1,17E-05	6,07E-08	1,04E-07	6,07E-08	1,04E-07	-2E+07	-26586440,88	-32721773,56

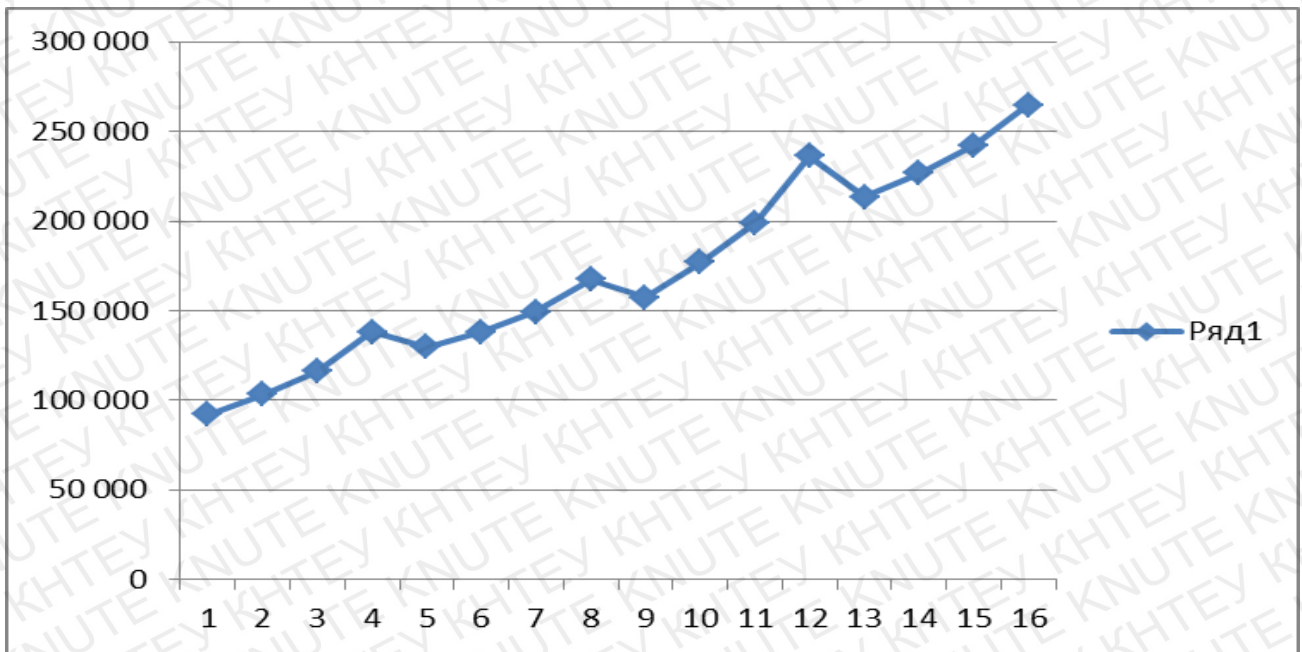
*Рис. 3.3. Застосування аналітичного інструменту в Excel для знаходження параметрів рівняння тренду*

*Таблиця 3.5*

**Прогноз товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» по кварталах 2021 року**

Рік	Квартал	Обсяг товарообороту, тис. грн
2018	1	92 030
2018	2	103 378
2018	3	116 257
2018	4	138 019
2019	5	129 850
2019	6	138 054
2019	7	149 204
2019	8	167 481
2020	9	157 445
2020	10	176 858
2020	11	198 893
2020	12	236 122
<b>2021</b>	<b>13</b>	<b>213 304</b>
<b>2021</b>	<b>14</b>	<b>226 621</b>
<b>2021</b>	<b>15</b>	<b>242 434</b>
<b>2021</b>	<b>16</b>	<b>264 577</b>

Графічно представимо отримані результати прогнозування на рис. 3.4.



*Рис. 3.4. Динаміка поквартальних обсягів товарообороту  
ТОВ «Альянс Клімат» за 2018-20201 роки*

Таким чином, провівши ретроспективний аналіз результатів прогнозування на підставі динаміки приросту щодо базового тижня, були отримані відхилення прогнозу від факту на 2 тижні 3,7%, що свідчить про порівнянність динаміки минулих років і справжню тенденцію у зміні обсягу товарообороту.

Слід мати на увазі, що чим коротше термін попередження прогнозу із застосуванням даного методу, тим надійніше результати екстраполяції. В результаті застосування адитивної моделі прогнозування, заснованої на тренді і сезонних коливаннях, були отримані оцінки сезонної компоненти основних економічних циклів.

Відповідно, на підставі чого можна говорити про те, що попит на товари в літній та осінній періоди вище, ніж в іншу пору року в даному сегменті ринку. Таким чином, отримані результати прогнозування дозволяють визначити кон'юнктуру ринку в майбутньому, виявити основні тенденції і допомагають на

підставі отриманих результатів приймати ефективні управлінські рішення, спрямовані на збільшення обсягів товарообігу в майбутньому.

До резервів збільшення товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» слід віднести: вивчення попиту споживачів, пошук нових джерел збуту, маркетингова діяльність, підвищення якості та культури обслуговування, вдосконалення системи постачання, режиму роботи підприємства, використання активної цінової політики, забезпеченість кваліфікованими кадрами, устаткуванням, підвищення ефективності використання наявних ресурсів.

## ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження можна сформулювати наступні висновки та пропозиції.

1. Товарооборот являє собою економічний ефект діяльності підприємства, оскільки, по-перше, від його величини безпосередньо залежить розмір кінцевого фінансового результату, тобто прибуток, і по-друге, від його величини залежить рентабельність.

2. Необхідність прогнозування товарообороту в умовах ринку пояснюється тим, що, по-перше, ринкове господарство відрізняється коливанням ринкової кон'юнктури і необхідно ці коливання передбачати і згладжувати, по-друге, за необхідності постійного розвитку і росту товарообороту, підприємство повинно стратегічно попереджати невизначеність оточення і визначати можливі дії підприємства для досягнення поставленої мети.

3. Упродовж 2018-2020 років можна прослідкувати тенденцію збільшення товарообороту. У 2018 році товарооборот склав 8632919 грн, а в 2020 році 10524806 грн., тобто мало місце його зростання на 1891887 грн, або на 18%.

4. Аналізуючи структуру товарообороту ТОВ «Альянс Клімат», можна сказати, що найбільшу питому вагу протягом трьох років займають побутові кондиціонери інвентарні з показником 26,2% у 2020 році, побутові кондиціонери on-off з показником 19,44% у 2020 році та побутові кондиціонери з показником 14,9% у 2020 році. Найменшу питому вагу у 2020 році у динаміці структури товарообороту підприємства займають такі товарні групи, як зволожувачі та очищувачі повітря з показником 1,84% та побутові вентилятори з показником 2,75%.

5. За результатами проведення ABC – аналізу бачимо, що потрібно часто проводити інвентаризацію для побутових кондиціонерів інвенторних. До В категорії відносяться товари побутові вентилятори та мийки повітря, тобто вони середні за важливістю. Решта товарів асортиментної групи відноситься до категорії С.;

За результатами проведення аналізу рівномірності реалізації товарів на ТОВ «Альянс Клімат», робимо висновок, що майже всі товари входять до категорій Х та Y. З цього можна сказати, що всі товари мають стабільний обсяг продажів та можна спрогнозувати їхні зміни. От тільки припливно – очисні мультикомплекси відносять до Z категорії. Ці товари є прикладом нерегулярного споживання, зазвичай їх купують на заміну або як новий вид товару. Сезонна хвиля товарообороту ТОВ «Альянс Клімат» свідчить, що вище від середнього рівня спостерігається реалізація товарів січні, лютому, березні та грудні. У квітні хвиля спадає, а у травні зростає з новою силою. Найбільший спад товарообороту мав місце в квітні.

6. Проведений аналіз характеризує позитивну тенденцію щодо проведення основної – торговельної діяльності на підприємстві торгівлі, оскільки значення всіх критичних обсягів діяльності (точка беззбитковості; точка мінімальної рентабельності; товарооборот, який забезпечує отримання нормального прибутку) є нижчим за фактичний обсяг товарообороту досліджуваного підприємства торгівлі.

7. Провівши ретроспективний аналіз результатів прогнозування на підставі динаміки приросту щодо базового тижня, були отримані відхилення прогнозу від факту на 2 тижні 3,7%, що свідчить про порівнянність динаміки минулих років і справжню тенденцію у зміні обсягу товарообороту. Слід мати на увазі, що чим коротше термін попередження прогнозу із застосуванням даного методу, тим надійніше результати екстраполяції. В результаті застосування адитивної моделі прогнозування, заснованої на тренді і сезонних

коливаннях, були отримані оцінки сезонної компоненти основних економічних циклів. Відповідно, на підставі цього можна говорити про те, що попит на товари в літній та осінній періоди вище, ніж в іншу пору року в даному сегменті ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз українського ринку роздрібної торгівлі. URL: [http://ainvest.com.ua/upload/ukr\\_market\\_trade.pdf](http://ainvest.com.ua/upload/ukr_market_trade.pdf).
2. Апопій В. В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України. Торговля, комерція, підприємництво : зб. наук. пр. – Львів : Львівська комерційна академія, 2016. – Вип. 13. – С. 5 – 9.
3. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Іванов Ю. В. Структурні зміни в матеріально-технічній базі роздрібної торгівлі як чинник впливу на комерційну діяльність підприємств. *Наук. вісн. Полтав. ун-ту економіки і торгівлі*. Серія : Економічні науки. 2017. №1. С. 61–68.
4. Барна М. Концепція розвитку системи внутрішньої торгівлі України в сучасних умовах трансформації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 10. С. 63–70.
5. Бегларашвілі О., Кулік А. Роздрібна торгівля України: динаміка змін. *Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2018. С. 52–60.
6. Височин І.В. Класифікація методів прогнозування товарообороту підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. Серія "Економічні науки". — 2017. — №4 (52). — С. 199—207.
7. Височин І.В. Удосконалення методичних підходів до прогнозування товарообороту підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. Серія "Економічні науки". — 2015. — №3 (51).— С. 182—189.
8. Височин І.В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі: монографія. – К.: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 544 с.

9. Височин І.В. Економіка підприємства торгівлі (у схемах та таблицях) : навч. посіб. / І.В. Височин, Н.М. Новікова, І.М. Вавдійчик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 428 с.
10. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 680 с.
11. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2015. — 393 с. URL: <http://buklib.net/books/24850/>
12. Інструкція про облік роздрібного товарообороту і товарних запасів. Затверджено наказом Міністерства статистики України від 28.12.96 N 389. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0013-97#Text>
13. Ільченко Н.Б. Тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. – 2017. – Т. 19. – Вип. 2/3. – С. 132–136
14. Кавун О. О. Провідні торговельні мережі у контексті глобалізації роздрібної торгівлі світу. *Бізнес Інформ*. 2017. № 12. С. 66–72.
15. Корнілова О., Писанко Є. Роздрібна торгівля в Україні: особливості функціонування. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2016. С. 151–155.
16. Кравченко М. С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. *Вісн. Приазов. держ. техн. ун-ту*. 2016. № 31. Т. 2. С. 139–145. Серія: Економічні науки.
17. Крамченко Л.І. Статистика ринку товарів та послуг: навч. посіб. – Львів, вид-во ЛКА, 2015. – 188 с.
18. Національне положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 28 лютого 2013 р. за № 336/22868 URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
19. Мазаракі А., Лагутін В., Герасименко А. та ін. Внутрішня торгівля України: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с.



20. Мангушев Д. В., Осадча А. О. Розвиток продовольчої роздрібно́ї торгівлі в Україні: формати та сервіси. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 3 (08). С. 165–171.
21. Мних Е.В. Економічний аналіз: підруч. – 2-ге вид., перероб та доп. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 472 с.
22. Мороз Л.А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників *Логістика: збірник наукових праць* / відповідальний редактор Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017.
23. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Звіт про фінансові результати» від 31.03.99р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
24. Попадинець Н. М. Ринок роздрібно́ї торгівлі України та країн ЄС: порівняльний аналіз. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 2. С. 295–303.
25. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні. Монографія / Під науковим керівництвом д.е.н., професора Ковальова А.І. - Одеса: Атлант, 2017. – 266 с.
26. Рибнікова Н.О. Нова парадигма планування діяльності підприємства: актуальність створення та можливість впровадження. *Відповідальна економіка: Науково-популярний альманах* / Громадська організація "Ініціатива зі сприяння еколого-економічній інтеграції"; С. Р. Рибніков, Н. О. Рибнікова (ред.). Луганськ: СПД Резніков В. С., 2016. Вип. 1. С. 83–89.
27. Севрук І. М. Антикризовий менеджмент міжнародних роздрібних мереж в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 12. С. 83–86.
28. Серова І.А, Мирна Т.С. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури. Конспект лекцій для студентів спеціальності "Прикладна статистика" денної форми навчання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2015. 92 с.

29. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Міжнародні маркетингові дослідження як чинник управління зовнішньоторговельними підприємницькими ризиками. 2012. С.404-405. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16990/1/247-Starostina-404-405.pdf>
30. Тараненко О. О. Тенденції та чинники розвитку роздрібно́ї торгівлі України. *Економічний простір*. 2017. № 64. С. 126—131.
31. Тарасюк Г.М. Контроль в системі управління плановою діяльністю підприємства URL: [http://nbuv.gov.ua/PORTAL/soc\\_gum/ptmbo/2010\\_1/30.pdf](http://nbuv.gov.ua/PORTAL/soc_gum/ptmbo/2010_1/30.pdf).
32. Тимчина А. І. Структура ринку роздрібно́ї торгівлі в умовах сучасного невизначеного середовища України. Зб. наук. пр.– Львів: Львівська комерційна академія, 2016. – Вип.14. – С. 176 – 181.
33. Трішкіна Н.І. Підвищення ефективності управління товаропостачанням на підприємствах оптової торгівлі. *Молодий вчений*. 2015. № 12 (15). С. 140–143.
34. Федорович Р. В. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2. С. 47-52
35. Шуміло О. С. Динаміка сучасного розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні. *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 171-176. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_11\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_30)

## ДОДАТКИ

Додаток А

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8632919	6632919
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	7186034	5100141
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1446885	1532778
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	125	101
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0

Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-112928	-134513
Витрати на збут	2150	-139315	-80768
Інші операційні витрати	2180	-13477	-13089
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1181040	1304307
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	100	12
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-2976	-114
Втрати від участі в капіталі	2255	0	-70
Інші витрати	2270	-153	-66
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1177811	1304045
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13	104
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1177798	1303941
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

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

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Матеріальні затрати	2500	1121981	912852
Витрати на оплату праці	2505	37134	31408
Відрахування на соціальні заходи	2510	799	648
Амортизація	2515	7187	6873
Інші операційні витрати	2520	31507	25707
Разом	2550	1198608	977488

**IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

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

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	9874581	8632919
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	8328156	7186034
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1546425	1446885
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	142	125
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0

Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-142528	-112928
Витрати на збут	2150	-178315	-139315
Інші операційні витрати	2180	-14457	-13477
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1210983	1181040
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	130	100
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-3452	-2976
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-203	-153
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1207198	1177811
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13	13
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1207185	1177798
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0



**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

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

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Матеріальні затрати	2500	1821981	1121981
Витрати на оплату праці	2505	41144	37134
Відрахування на соціальні заходи	2510	1000	799
Амортизація	2515	8084	7187
Інші операційні витрати	2520	30507	31507
Разом	2550	1902716	1198608

**IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2020 рік**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	10524806	9874581
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	8680571	8328156
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	1844235	1546425
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	171	142
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0

Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	-152538	-142528
Витрати на збут	2150	-182314	-178315
Інші операційні витрати	2180	-16451	-14457
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1492761	1210983
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	140	130
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	-3751	-3452
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	-274	-203
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1488596	1207198
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	13	13
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1488583	1207185
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

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

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Матеріальні затрати	2500	1871182	1821981
Витрати на оплату праці	2505	51241	41144
Відрахування на соціальні заходи	2510	1500	1000
Амортизація	2515	9045	8084
Інші операційні витрати	2520	35514	30507
Разом	2550	1968482	1902716

*Продовження додатку В***IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

<b>Стаття</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період</b>	<b>За аналогічний період попереднього року</b>
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0