

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ ПІДПРИЄМСТВА

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НА ТЕМУ:

**ПЛАНУВАННЯ ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА**

за матеріалами: ПрАТ «Дитячий світ «Київ», м. Київ

Студентки 2 курсу, 1м групи,
спеціальності (051,
Економіка)
спеціалізації (Економіка та
безпека бізнесу)

_____ *підпис
студента*

Сімоненко
Інна
Володимирівна

Науковий керівник канд.
екон. наук, доцент
кафедри економіки та
фінансів підприємства

_____ *підпис
керівника*

Ганечко
Ірина
Григорівна

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

_____ *підпис
керівника*

Блакита Ганна
Владиславівна

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	6
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
РОЗДІЛ 2	15
АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ДИТЯЧИЙ СВІТ «КИЇВ»	15
2.1. Характеристика обсягів та структури доходів від операційної діяльності підприємства «Дитячий світ «Київ».....	15
2.2. Аналіз ефективності операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»..	19
2.3. Кількісна оцінка факторів впливу на ефективність операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»	28
РОЗДІЛ 3	32
ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ МАКСИМІЗАЦІЇ ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПЛАНУВАННЯ ЇХ ОБСЯГІВ	32
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Прискорення економічних процесів в світі, швидка трансформація економічних умов функціонування визначають необхідність підприємств пристосовуватися до таких змін та відповідати на нові виклики. Українське бізнес-середовище також постійно змінюється під впливом різноманітних факторів, які нерідко викликають негативні наслідки зниження доходів від операційної діяльності, ефективності функціонування в цілому та навіть банкрутства.

Доходи підприємства - головний спонукальний мотив будь-якого бізнесу. Від отриманих доходів підприємства залежить його існування, конкурентоспроможність та фінансовий стан. Вся діяльність економічного суб'єкта, враховуючи значення доходу, повинна бути спрямована на те, щоб забезпечити його зростання або принаймні стабілізацію на певному рівні.

В сучасних умовах важливою умовою збільшення доходів підприємства є орієнтація виробництва на споживачів, конкурентоспроможність продукції, гнучке пристосування до мінливих умов ринку.

Проблеми формування та управління доходами підприємств висвітлені в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як : А. О. Азарова , М. Д. Білик, І. О. Бланк, Ф. Ф. Бутинець, Н. В. Гусаревич, Л. В. Козак, Н. Г. Коробкіна, О. Р. Кривицька, С. В. Мостенець, В. М. Опарін, Г. В. Ситник та інших дослідників.

Методи збільшення доходів підприємств торгівлі досліджувалися в економічній літературі такими науковцями як Височин І. В., Лігоненко Л. О., Мазаракі А. А., Ткаченко Т. П. та Тульчинською С. О., Чайковою О. І. та ін.

Проте в умовах швидких змін перед традиційними підприємствами торгівлі постають нові виклики, які пов'язані, перш за все, із вибором способів продажу товарів.

Метою наукової роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів збільшення доходів підприємства торгівлі та інструментів їх оптимізації. Досягнення мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- дослідити сутність та класифікацію доходів підприємства;

- висвітлити теоретичні основи аналізу та планування доходів підприємства;
- проаналізувати динаміку та ефективність формування доходів на підприємстві «Дитячий світ «Київ»;
- обґрунтувати плановий обсяг доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ»;
- розробити шляхи оптимізації доходів підприємства.

Об'єктом дослідження є процес оптимізації доходів підприємства торгівлі.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та методичні основи оптимізації доходів підприємства торгівлі.

Емпіричною базою дослідження виступає ПрАТ «Дитячий світ «Київ». За видом діяльності належить до інших видів роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах. Станом на грудень 2020 року чисельність працівників складала 70 осіб, сума власного капіталу складає 58 721 тис. грн, а чистий дохід від реалізації – 13 452 тис. грн.

Наукова новизна роботи – визначено основні етапи розвитку онлайн каналу для підприємства торгівлі та інструменти, які можуть бути використані на кожному етапі.

Практичне значення дослідження полягає у розробці пропозицій щодо впровадження каналу онлайн продажів. Проведено оцінку потенційного ринку підприємства за показниками Total Available Market, Served Available Market, Serviceable&Obtainable Market, Potential Available Market та обґрунтовано обсяги прогнозних доходів з врахуванням наданих пропозицій, результати впровадження підтверджено довідкою, наданою ПрАТ «Дитячий світ «Київ».

Методи дослідження. Теоретичною й методологічною основою наукової роботи є наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних і закордонних учених з тематики управління доходами підприємства. У процесі дослідження використані методи аналізу та синтезу; статистичні методи; прийоми деталізації, порівняння, групування, середніх та відносних величин.

Інформаційною базою даного дослідження стали монографії та наукові видання вітчизняних і зарубіжних вчених, періодичні видання, фінансова і статистична звітність ПрАТ «Дитячий світ «Київ». У процесі написання наукової

роботи були використані матеріали державної служби статистики, інформація аналітичної онлайн-системи для бізнесової аналітики YouControl.

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження була опублікована стаття «Цифрові послуги як джерело збільшення доходів підприємства торгівлі» у збірнику «Економіка і фінанси бізнесу»: зб. наук. ст. студ. денної форми навчання / відп. ред. Г. В. Блакита. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. Ч. 1. С.29

Структура роботи. Основна змістовна частина наукової роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дохід підприємства – це фінансові ресурси, що в результаті виробництва та реалізації товарів формуються, а також забезпечують кругообіг основного і оборотного капіталу. Дохід ототожнюють з показником виручки від реалізації продукції основної діяльності. Підприємства торгівлі можуть отримувати інші операційні доходи, крім доходу від торговельної діяльності, яка є основним видом діяльності, а також дохід від участі в капіталі та інші фінансові доходи, доходи від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів, майнових комплексів та тих, які не пов'язані з операційною діяльністю підприємства та інше [4].

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15, затвердженого Наказом Міністерства фінансів України 9 листопада 1999 року №290 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України від 14 грудня 1999 р. за N 860/4153 зі змінами від 27 червня 2013 року № 627 "Звіт про фінансові результати", під «доходом» розуміють зростання економічної вигоди шляхом надходження активів або скорочення зобов'язань, які зумовлюють збільшення власного капіталу (не враховуючи збільшення капіталу за рахунок власних внесків)[33].

Підприємства займаються економічною діяльністю з метою збільшення вартості бізнесу, яка досягається, в першу чергу, за рахунок отримання доходу і відповідно прибутку та для збільшення власного капіталу. Якщо продукція підприємства відповідає вимогам попиту на ринку (за такими критеріями як ціна, якість та інші технічні, функціональні характеристики та властивості), то можна говорити про гарантоване отримання доходу. Величина доходу, що отримується, формує економічну стратегію підприємства з таких питань як управління матеріальними ресурсами та витратами, податковою та інвестиційною діяльністю підприємства.

Валовий дохід (або дохід від основної діяльності торгівлі), займає найбільшу частку в доходах торгового підприємства.

Потреба отримання доходів від торговельної діяльності спричинена необхідністю відшкодування витрат на здійснення діяльності й отримання певного прибутку, який забезпечує досягнення стратегічної мети підприємства [21].

В першу чергу, управління доходами підприємства повинно ґрунтуватись на основних положеннях теорії стратегічного управління. Поява даної теорії зумовлена проведенням у 1971 році першої розширеної міжнародної конференції з питань стратегічного управління. Тоді ж і було визначено його основні положення та напрямки розвитку. Ця теорія дозволяє враховувати взаємозв'язок і взаємовплив макро- та мікросередовища при визначенні та втіленні цілей довгострокової розвитку підприємства. Відповідно до даної теорії, у процесі управління довгостроковою господарською діяльністю підприємства мають бути задіяні не тільки робітники найвищої ланки, а й менеджери середньої ланки, а також спеціалісти. Виходячи з основних принципів даної теорії, варто брати до уваги її головні положення при управлінні доходами підприємства.

Досліджуючи економічні літературні джерела, можна зустріти різні підходи до трактування сутності поняття “операційний прибуток”. За твердженням науковців М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатюк [9] прибуток від операційної діяльності варто розглядати як перевищення валового прибутку та операційного доходу над операційними витратами. Він визначає конкурентоздатність та потенціал ділового співробітництва, оцінюючи якість гарантованих економічних інтересів підприємства і його партнерів у фінансовому і виробничому відношенні. Фінансовий стан підприємства залежний від його можливості одержувати необхідний прибуток. Також деякі економісти стверджують, що прибуток від операційної діяльності визначається як сукупний обсяг прибутку від реалізації продукції й прибутку від іншої операційної діяльності. Дослідивши наявні визначення, можна зробити висновок, що операційний прибуток – це прибуток від основної діяльності підприємства (а саме: виробництва та реалізації продукції, робіт та послуг). Проте показники рентабельності характеризують остаточні результати фінансової діяльності більш повно, ніж прибуток. Це зумовлено тим, що їх величина відображає

співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Особливо рентабельність операційної діяльності, адже вона свідчить про раціональність операційних витрат, які напряду пов'язані з утворенням собівартості, збутовою діяльністю та іншими операційними витратами. Ці витрати утворені шляхом виготовлення та реалізації продукції і створюють прибуток від операційної діяльності. Відповідно показник рентабельності показує прибуток, який припадає на 1 грн. цих витрат

Отже, проведене дослідження сутності поняття «дохід» дає можливість зазначити, що доходи підприємства – це категорія, від якої залежить, чи буде підприємство функціонувати і далі. Дохід має вплив на всі інші показники діяльності підприємства. Важливо також враховувати джерела утворення доходів. Ситуацію на підприємстві можна назвати стабільною, якщо більшу частину доходів складають надходження від основної діяльності, в іншому випадку можна говорити, що підприємство не виконує свою місію і доходи є нестабільними. Тому важливо сформувати систему управління доходами. Її суть полягає у пошуку шляхів зростання доходів та організації контролю за вчасним виконанням та обсягами їх надходження. Відповідно потрібно розробити алгоритм управління доходами, який включатиме такі стадії як [8]:

- аналіз операційного прибутку за попередні періоди;
- пошук шляхів максимізації доходів;
- складання планового обсягу доходу на наступні роки;
- планування квартальних, а також помісячних показників доходів;
- здійснення контролю за виконанням планів по доходах;
- визначення чинників та застосування методів коригування рівня доходу (у випадку виявлення відхилень від планових показників);
- створення звіту про фактичний дохід;
- порівняння отриманого результату із запланованим.

Контроль в управлінні операційним прибутком важливий для всіх зазначених складових: попередній, поточний і заключний.

Також можна визначити основні завдання управління операційним прибутком:

- Виявлення джерел максимізації прибутку за рахунок збільшення обсягів та оптимізації структури і асортименту реалізованої продукції.
- Виявлення джерел максимізації прибутку за рахунок оптимізації витрат та обґрунтування політики підприємства (облікової, цінової та податкової).
- Оцінювання прибутковості діяльності як виробничої так і комерційної.
- Визначення підприємницького ризику.
- Зміцнення конкурентних позицій підприємства.

У податковому законодавстві під терміном ”дохід” розуміють загальну суму доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами [8].

Зазначені теорії доходу не тільки не заперечують одна одну, а навіть частково збігаються. Кожна з них розкриває якийсь один бік складного процесу визначення сутності доходу підприємства і несе інформацію про об'єктивні механізми його формування.

Розгляд сучасних напрямків економічної теорії та її практичної реалізації у операційній діяльності підприємств дає змогу визначити найважливіші характеристики категорії операційного доходу, що притаманні їй у реальних економічних відносинах суб'єктів господарювання:

- операційний дохід підприємства становить економічний результат його господарської діяльності за певний період часу, що ідентифікується з метою визначення операційного прибутку (збитку) за цей же період;
- формування операційного доходу характеризує процес отримання підприємством конкретних економічних вигод, спрямованих на збільшення власних фінансових ресурсів;
- операційний дохід підприємства є результатом використання ним економічних ресурсів (факторів виробництва);

- операційний дохід характеризує конкретний рівень підприємницької активності суб'єкта господарювання в умовах невизначеності (ризик);
- рівень операційного доходу підприємства формується з урахуванням конкретного рівня конкурентних переваг, що базуються на його інноваційній активності;
- формування операційного доходу підприємства відбувається у тісному зв'язку з його конкурентним становищем на певному сегменті ринку товарів.

Керуючись вищенаведеними характеристиками, економічну сутність поняття операційного доходу підприємства можна визначати наступним шляхом: це надходження у фінансовій, матеріальній та нематеріальній формі, отримані з його операційної діяльності за певний проміжок часу у формі менших зобов'язань або більших економічних вигод, що є наслідком використання залучених економічних ресурсів в умовах дозволеного рівня підприємницького ризику.

Сума отриманих доходів є фінансовою основою розвитку операційної діяльності підприємства, яка забезпечує вирішення наступних важливих задач:

- операційні доходи є джерелом відшкодування поточних витрат, які певним чином пов'язані зі здійсненням такої діяльності;
- операційні доходи також являються джерелом виплат значної частини податкових платежів (непрямих податків – ПДВ, акциз, мито; податків та зборів, що включаються до витрат – ЄСВ, комунальний податок, податок на землю, з власників транспортних засобів тощо), тобто за рахунок цієї частини доходів забезпечується формування коштів державного та місцевих бюджетів, позабюджетних фондів;
- певна частина операційних доходів підприємства є джерелом формування його операційного прибутку [21].

Управління доходами підприємства спрямоване на максимізацію їх суми та визначає необхідність їх системної класифікації, яка може бути проведена за певними ознаками.

Залежно від виду операційної діяльності підприємства виділяють різні види доходів від реалізації товарів, які зображені на рис 1.1.

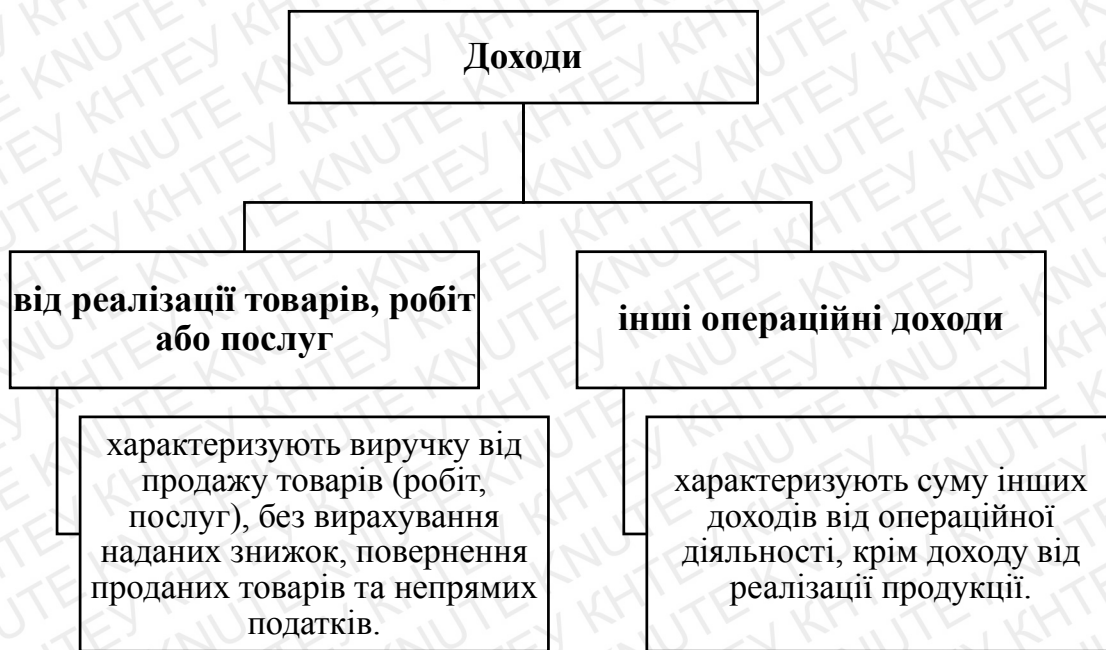


Рис. 1.1. Види доходів від реалізації товарів
 Розроблено автором за джерелом [38]

До інших операційних доходів можуть відноситися:

- доходи від операційної оренди активів;
- доходи від операційних курсових різниць;
- відшкодування раніше списаних активів;
- доходи від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій) тощо. [38]

Залежно від елементів формування виокремлюють: валовий операційний дохід; чистий операційний дохід.

Валові операційні доходи характеризують загальну їх суму, отриману протягом певного періоду у грошовій формі з урахуванням усіх непрямих податків.

Чистий операційний дохід представляє собою різницю між сумою валового операційного доходу та сумою непрямих податків, що входять в ціну товарів (робіт та послуг).

По відношенню до інфляції розрізняють наступні види операційних доходів:

- номінальні (тобто у фактичних цінах);

– реальні (враховує вплив інфляції та визначається виходячи з співставних цін).

По відношенню до періоду формування можна виділити доходи [38]:

- за звітний період;
- за попередній період;
- планові;
- середні.

Поділ доходів за періодом їх формування є особливо важливим для аналізу їх стану та ефективності управління. Основним об'єктом аналізу є операційний дохід звітного періоду, але для виявлення тенденцій розвитку його необхідно порівнювати із відповідними показниками за попередні періоди. Крім того, за певний проміжок часу можна розраховувати середні значення показників, а на основі всіх цих даних визначається розмір планового доходу.

За розмірами можна виокремити:

- можливий операційний дохід;
- мінімальний операційний дохід;
- необхідний операційний дохід.

Можливі значення показників, що характеризують операційний дохід підприємства визначаються виходячи з обсягу і тенденцій у зміні значень цих показників у попередньому періоді, наявного ресурсного забезпечення та кон'юнктури ринку на якому працює підприємство. Поняття можливого доходу певною мірою пов'язане з інерційністю функціонування підприємства у короткостроковому періоді за умови стабільності рівня, структури та ефективності використання ресурсів підприємства і незмінності його позиції на ринку.

Мінімальний операційний дохід підприємства характеризується з двох позицій:

- 1) це обсяг доходу, що забезпечує отримання мінімального прибутку;
- 2) це обсяг доходу, що забезпечує покриття витрат, які виникають в результаті операційної діяльності підприємства.

Останній підхід характеризує виконання умов самоокупності на підприємстві.

Необхідний операційний дохід – це дохід, обсяг якого забезпечує не лише покриття витрат підприємства, а і отримання прибутку у обсязі, що забезпечує формування цільових фондів підприємства.

Важливість операційних доходів як головного фактору забезпечення прибутковості та фінансової стійкості підприємства вимагає формування цілеспрямованої системи управління ними.

Під час аналізу обсягу та джерел формування операційних доходів вивчаються доходи за видами операційної діяльності, за видами продукції, за каналами розподілу, за територіальними ринками збуту тощо, обсяг формування доходів від кожного джерела, питому вагу в загальному обсязі доходів.

Кількісна оцінка факторів, що впливають на зміну обсягу формування операційних доходів передбачає:

1. Дослідження змін в обсязі доходу за рахунок факторів кількості реалізованої продукції та цін на неї.
2. Зміни обсягу суми доходів в продуктивій структурі реалізації та в каналах збуту продукції.

Залежність обсягу та рівня доходів підприємства та факторів, які на них впливають, може бути визначена на базі проведення кореляційно-регресивного аналізу.

Для постійного забезпечення зростання доходу від операційної діяльності, необхідно шукати невикористані джерела його збільшення, тобто джерела зростання. Можливості з'являються на стадії планування, виробництва продукції та її реалізації. Визначення резервів збільшення доходу засноване на методиці розроблення заходів із їх мобілізації.

Важливою частиною процесу управління доходом від операційної діяльності є його планування. Планування доходу від операційної діяльності – це процес визначення доходу в майбутньому періоді діяльності підприємства за допомогою визначених методів: екстраполяції, прямого розрахунку, нормативного, цільового

формування прибутку, прогнозування грошового потоку, факторного моделювання, CVP. Управління доходом від операційної діяльності також базується на використанні елементів операційного левериджу та врахуванні впливу їх змін на результати фінансової діяльності підприємства.

Отже, управління доходом від операційної діяльності торговельних підприємств є процесом розробки та прийняття управлінських рішень стосовно основних чинників його формування та включає комплексну систему дій для забезпечення створення взаємопов'язаних управлінських рішень. Планування доходів від операційної діяльності охоплює велику кількість дій, які виконуються на різних етапах руху грошових коштів, які надійшли від реалізації продукції, послуг, робіт, і забезпечують отримання доходу. Тому основною метою планування доходом є оптимізація надходжень та витрат, виявлення резервів. Відповідно основними шляхами збільшення доходу від операційної діяльності є нарощування обсягів продажу, зниження собівартості реалізованої продукції, розумна цінова та асортиментна політика, оптимізація постійних витрат, підвищення якості продукції.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ДИТЯЧИЙ СВІТ «КИЇВ»

2.1. Характеристика обсягів та структури доходів від операційної діяльності підприємства «Дитячий світ «Київ»

Аналіз доходів здійснено за даними ПрАТ «Дитячий світ «Київ» - підприємства роздрібною торгівлі, основна діяльність якого пов'язана із здійсненням торгівлі різним асортиментом товарів, у т. ч. одягом, меблями, побутовими приладами, косметичними засобами, ювелірними виробами, іграшками, спортивними товарами тощо. Крім того, підприємство отримує інші доходи: доходи від операційної оренди активів. [50]

Проведемо аналіз динаміки основних показників фінансових результатів ПрАТ «Дитячий світ «Київ». Застосуємо для цього горизонтальний (трендовий) аналіз доходів описаний у попередньому розділі. На основі звітів про фінансові результати ПрАТ «Дитячий світ «Київ» (Додатки Г, Д, Е) за 2018-2020 роки оцінимо динаміку доходів підприємства (табл. 2.1).

На основі аналізу табл. 2.1 можна зробити висновок, що з кожним роком відбувається зменшення доходу від реалізації продукції: на 20,95% у 2019 в порівнянні з 2018, та на 37,71% у 2020 в порівнянні з попереднім.

Подібна ситуація склалася і з валовим прибутком, який у 2019 зменшився на 1 919 тис. грн або на 15,72%, а в 2020 році зменшився на 3 293 тис. грн, тобто на 32,01%. Прибуток від операційної діяльності у 2019 році зріс на 1 064 тис. грн, або на 10,21%, проте вже в 2020 році зменшився на 9 031 тис. грн, тобто майже на 79%. Разом з тим, інші операційні доходи підприємства теж не мають чіткої тенденції – у 2019 році зростають на 5%, а в 2020 спадають на 23%.

За результатами дослідження діяльності можна зробити висновок, що підприємство отримує чистий прибуток. Незважаючи на зростання чистого

фінансового результату у 2019, в 2020 році ситуація значно погіршується і прибуток спадає на 58,68%.

Таблиця 2.1.

Динаміка доходів ПРАТ «Дитячий світ «Київ» за 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	27 318	21 595	13 452	-5 723	-8 143	-20,95	-37,71
Валовий: прибуток	12 207	10 288	6 995	-1 919	-3 293	-15,72	-32,01
Інші операційні доходи	28 292	29 726	22 974	1 434	-6 752	5,07	-22,71
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	10 423	11 487	2 456	1 064	-9 031	10,21	-78,62
Інші фінансові доходи	4 758	5 577	4 618	819	-959	17,21	-17,20
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	15 181	17 064	7 074	1 883	-9 990	12,40	-58,54
Чистий фінансовий результат: прибуток	12 431	13 967	5 771	1 536	-8 196	12,36	-58,68

Наступним, не менш важливим кроком, є аналіз витрат виробництва в цілому та по окремих видах, в залежності від виду діяльності (табл. 2.2).

З кожним роком спостерігається зменшення загального обсягу витрат підприємства на 11,85% у 2019 році та на 14,72% у 2020 році, у т. ч. за рахунок значного зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на 3 804 тис. грн, або на 25,17% у 2019 році та на 4 850 тис. грн, або на 42,89% у 2020 році.

Таблиця 2.2

**Динаміка обсягів витрат ПрАТ «Дитячий світ «Київ»
за 2018-2020 рр., тис. грн**

Показники	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15 111	11 307	6 457	-3 804	-4 850	-25,17	-42,89
Адміністративні витрати	4 132	3 878	4 128	-254	250	-6,15	6,45
Витрати на збут	25 100	23 775	22 618	-1 325	-1 157	-5,28	-4,87
Інші операційні витрати	844	874	767	30	-107	3,55	-12,24
Всього витрат	45 187	39 834	33 970	-5 353	-5 864	-11,85	-14,72

Загалом по всіх видах витрат простежується тенденція до зростання, окрім інших операційних витрат, втрат від участі в капіталі та інших витрат.

Крім динаміки доходів, необхідно також розглянути їх структуру (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Динаміка структури доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ»
за 2016-2020 рр., %**

Стаття	Роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
Всього доходів	100	100	100	100	100
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	62,48	58,08	45,25	37,95	32,77
Інші операційні доходи	26,95	34,70	46,87	52,24	55,97
Інші фінансові доходи	10,57	7,22	7,88	9,80	11,25

На основі аналізу табл. 2.3, можна зробити висновок, що останні 2 досліджувані роки більшу частину в структурі доходів підприємства займають інші

операційні доходи. Їх збільшення відбувається за рахунок зменшення частки чистого доходу від реалізації продукції.

Структура доходів вказує на напрямки діяльності підприємства. Отже, діяльність досліджуваного підприємства останні роки спрямована, в першу чергу, на здачу в оренду власних торгових приміщень, а другорядним є реалізація товарів. Проте в 2020 році обсяг цих доходів скоротився, крім того, на підприємстві зменшився обсяг чистого прибутку, що свідчить про зниження ефективності діяльності. Вважаємо, що власна торговельна діяльність для даного підприємства є більш прийнятною та здатною реалізувати більш ефективно потенціал компанії.

У 2020 році порівняно з 2019 в структурі доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» відбулися наступні зміни:

- зменшення частки доходів від реалізації товарів на 5,18%;
- збільшення інших операційних доходів на 3,73% та інших фінансових доходів на 1,45%.

Розглянемо динаміку основних фінансових показників ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2016-2020 роки детальніше на рис 2.1.



Рис. 2.1. Основні фінансові показники ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2016-2020 р., тис. грн.

Розглядаючи фінансові показники за останні 5 років ми бачимо, що величина виручки та зобов'язань постійно зменшується. Проте і активи мають хоч і непостійну, але чітку тенденцію на зменшення.

Отже, на підставі проведеного аналізу можемо зробити висновок, що хоч у 2020 році дохід значно зменшився, підприємство отримує прибуток. ПрАТ «Дитячий світ «Київ» також почало зменшувати свої витрати, особливо в складі собівартості. Одним із негативних факторів, який призвів до змін у чистому фінансовому результаті є зміна структури доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ», протягом останніх років відбулося збільшення частки інших операційних доходів в їх загальній структурі, протягом двох останніх років їх частка перевищила 50%.

2.2. Аналіз ефективності операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»

Для того щоб проаналізувати фінансовий стан ПрАТ «Дитячий світ «Київ» нам потрібно дослідити ефективність операційної діяльності, тому проведемо розрахунки коефіцієнтів рентабельності та ділової активності у табл. 2.4-2.5.

Проаналізуємо показники рентабельності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» в табл. 2.4.

Досліджувані показники вказують на те, що протягом всього аналізованого періоду діяльність підприємства була прибутковою та ефективною.

Проте, на кінець аналізованого періоду відбувається зменшення майже всіх аналізованих показників рентабельності порівняно зі станом на 2019 р. І це є доволі очевидним, оскільки в табл. 2.1 ми спостерігаємо значний спад як чистого доходу, так і прибутку відповідно у 2020 році.

Таблиця 2.4

**Динаміка показників рентабельності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»
у 2018-2020 роках**

Показник, %	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
1. Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності, %	9,6	16,68	3,54	7,08	-13,14	73,75	-78,78
2. Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком, %	11,45	20,28	8,3	8,83	-11,98	77,12	-59,07
3. Рентабельність власного капіталу, %	13,17	26,35	9,82	13,18	-16,53	100,08	-62,73
4. Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності, %	68,98	101,59	38,04	32,61	-63,55	47,27	-62,56
5. Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком, %	82,26	123,53	89,38	41,27	-34,15	50,17	-27,65
6. Рентабельність продажів, %	45,5	64,68	42,9	19,17	-21,78	42,13	-33,67

Ефективність торговельної діяльності, в першу чергу, характеризується рентабельністю продажів. Збільшення показника рентабельності свідчить про зростання ефективності господарської діяльності підприємства, а зниження – навпаки. Формула для розрахунку:

$$R_d = \frac{ЧП}{ЧДР} * 100\%, \quad (2.1)$$

де R_d – рентабельність діяльності;

ЧП – чистий прибуток;

ЧДР – чистий дохід від реалізації.

Досліджуване підприємство «Дитячий світ «Київ» в результаті своєї діяльності в 2018-2020 роках отримувало чистий прибуток. Отримано наступні показники рентабельності діяльності за 2018, 2019 та 2020 роки.

$$R_{d2018} = \frac{12431}{27318} * 100 = 45,50\%$$

$$R_{Д2019} = \frac{13967}{21595} * 100 = 64,68\%$$

$$R_{Д2020} = \frac{5771}{13452} * 100 = 42,90 \%$$

Розглянувши отримані результати, можна зробити висновок, що рентабельність продажів підприємства у 2019 році зросла на 19,17%. Це зумовлено зростанням прибутку за рахунок інших операційних доходів. Проте у 2020 році рентабельність діяльності підприємства зменшилася майже на 22%. Отже, якщо у 2019 році кожна гривня доходу приносила 0,65 грн чистого прибутку, то у 2020 році цей показник зменшився до 0,43 грн.

Зважаючи на те, що чистий прибуток утворюється під впливом усіх факторів, що формують доходи і витрати, способи підвищення рентабельності знаходяться в операційній, фінансовій і в інвестиційній сферах. Тобто необхідно оптимізувати структури фінансових ресурсів, знижувати вартість їх залучення, користуватися податковими пільгами, зменшувати витрати на виробництво товарів і послуг, і оптимізувати витрати на маркетингові комунікації, адже це дозволить підвищити рентабельність продажів.

Аналізуючи табл. 2.4 детальніше звернемо увагу, що великий спад у 2020 році ми спостерігаємо у рентабельності реалізованої продукції від операційної діяльності та рентабельність власного капіталу.

Аналізуючи рентабельність власного капіталу у 2019 році, помічаємо, що було дуже вдало інвестовано власний капітал, оскільки ПрАТ «Дитячий світ «Київ» отримав вдвічі більше прибутку з кожної вкладеної гривні залучених власних коштів. Проте у 2020 році ми бачимо протилежну ситуацію – показник падає до позначки 9,82%, яка була нижчою навіть за значення 2018 року 9,82%. Для повернення на попередній рівень необхідно знизити виробничі, збутові та інші витрати, що знову ж таки дозволить підвищити чистий прибуток.

За допомогою показника рентабельності реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності ми розуміємо який об'єм операційного прибутку згенерований кожною гривнею продажів. І знову у нас складається

ситуація подібна до рентабельності власного капіталу – у 2019 році значне зростання аж на 64%, а в 2020 році показник стає вдвічі меншим, ніж був у 2018 році. Отже в даній ситуації нам доцільно шукати шляхи скорочення операційних витрат.

Звернемо увагу на рентабельність активів, яка показує ефективність використання активів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» для генерації прибутку. В 2019 році ми отримали 16 копійок чистого прибутку на кожную гривню використаних активів, але в 2020 році це значення скоротилося майже в 5 разів, що звісно ж показує негативну тенденцію. Для запобігання негативних наслідків, підприємству необхідно оптимізувати структуру активів, що дозволить скоротити їх обсяг і підвищити рентабельність за умови, що обсяг генерованого прибутку підвищиться або принаймні залишиться на попередньому рівні. З огляду на те, що рентабельність активів формується під впливом всіх внутрішніх і зовнішніх факторів, резерви підвищення показника знаходяться у багатьох сферах діяльності досліджуваного підприємства. В нашому випадку, варто працювати в напрямку зниження суми витрат і підвищення доходів.

На рис. 2.2 розглянемо динаміку рентабельності активів.

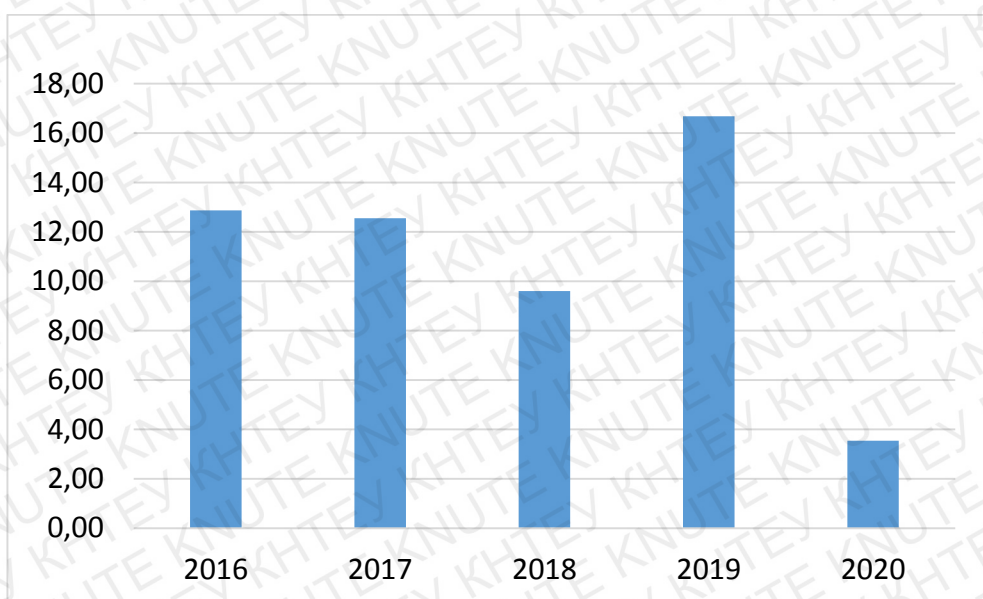


Рис. 2.2. Динаміка рентабельності активів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2016-2020 роки, %

Проте, можемо зробити висновок, що попри таку ситуацію підприємство досі є рентабельним та має достатній запас фінансової міцності, не дивлячись на скорочення цього показника в 2020 р.

Результати оцінки ділової активності ПрАТ «Дитячий світ «Київ», яка характеризує ефективність операційної діяльності підприємства, наведено в табл. 2.5. Визначається негативна динаміка ділової активності підприємства, оскільки при нормі збільшення показників оборотності та зменшенні періоду обороту, розраховані показники ПрАТ «Дитячий світ «Київ» мають протилежну тенденцію.

Аналіз табл. 2.5 почнемо з коефіцієнту оборотності активів, який демонструє ефективність використання активів компанії. На відміну від рентабельності активів, значення даного показника говорить нам про те, скільки товарів продано за досліджуваний період на кожну гривню використаних активів. Як і у випадку з рентабельністю активів, так і у даному випадку для покращення даного значення потрібно працювати над оптимізацією суми активів. Для цього можна продати частину незавантажених активів, знизити суму запасів або вжити заходів по поверненню дебіторської заборгованості.

Наступний показник – це коефіцієнт оборотності виробничих запасів. Він відображає ефективність управління запасами компанії. Тобто ми бачимо, що в 2019 році запаси ПрАТ «Дитячий світ «Київ» здійснили 3,64 обороти, а в 2020 – лише 1,56 обороту. Якби політика управління на ПрАТ «Дитячий світ «Київ» була більш ефективною, поточний рівень виробничих запасів, незавершеного виробництва та готової продукції забезпечували б безперебійність процесу виробництва і збуту товарів, але при цьому мінімальний обсяг фінансових ресурсів забирався б на фінансування запасів.

Якщо обсяг запасів є значним і при цьому операційний процес безперебійний, то витрати компанії лише зростатимуть. Адже потрібно оплачувати оренду приміщення, де зберігаються запаси, здійснювати процентні платежі за коштами, які залучені для закупівлі зайвого обсягу запасів і т. д. Тобто для покращення ситуації, яку відображає даний показник необхідно забезпечувати безперебійність

процесу збуту. Для цього забезпечити запас, який буде забезпечувати збут між періодами поставки. І звісно забезпечити запас на випадок непередбачуваних подій.

Таблиця 2.5

**Показники ділової активності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»
у 2018-2020 рр**

Показник, %	Нормативне значення	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)		Темп приросту, %	
		2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2019
Коефіцієнт оборотності активів	збільшення	0,25	0,31	0,19	0,06	-0,12	24,00	-38,71
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	збільшення	3,16	3,64	1,56	0,48	-2,08	15,19	-57,14
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	збільшення	110,6	65,84	19,84	-44,76	-46	-40,47	-69,87
Термін одного обороту дебіторської заборгованості	зниження	3	5	18	2	13	66,67	260,00
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	збільшення	1,92	1,36	1,25	-0,56	-0,11	-29,17	-8,09
Термін одного обороту кредиторської заборгованості	зниження	187	265	288	78	23	41,71	8,68

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості вказує нам на ефективність управління заборгованістю клієнтів і інших дебіторів. З кожним роком даний показник скорочується швидкими темпами в середньому на 45%, що являється негативною тенденцією. Оскільки це вже системна проблема, то необхідно сформувавши чітку комплексну політику надання товарних кредитів клієнтам. Наприклад, можна розділити клієнтів на групи виходячи з історії співпраці, важливості кожного з них і поточного фінансового стану. Далі потрібно обрати стиль поведінки: консервативний, звичайний або агресивний. Залежно від

цього обрати – чи буде ПрАТ «Дитячий світ «Київ» кредитувати тільки найнадійніших клієнтів (консервативний варіант), чи буде намагатися максимізувати рівень збуту і кредитувати всіх крім потенційних банкрутів (агресивний варіант).

Термін одного обороту дебіторської заборгованості схожий на індикатор ефективності відносин з клієнтами, який відображає як довго споживачі погашають свої рахунки. Згідно нормативних значень цей показник з роками повинен скорочуватися, проте якщо ми співставимо 2018 і 2020 рік, то побачимо, що показник збільшився в 6 разів.

Отже, на ПрАТ «Дитячий світ «Київ» менеджмент повинен прийняти міри, задля того, щоб період погашення дебіторської заборгованості був контрольованим, тому необхідно підготувати комплексну стратегію управління дебіторською заборгованістю покупців, яка дуже схожа на методи управління використані в попередньому пункті. Елементами стратегії є: націнка на товар за використання товарного кредиту, штраф у разі несвоєчасного погашення зобов'язань, поділ покупців на групи і вибір тих, з якими компанія згодна співпрацювати без оплати в момент поставки, алгоритм роботи в разі виникнення прострочки.

Далі у нас розглядається коефіцієнт оборотності та термін одного обороту кредиторської заборгованості. Вони вказують на ефективність управління заборгованістю підприємства та на кількість оборотів, які здійснила кредиторська заборгованість протягом року відповідно. Коли ми порівнюємо 2018 і 2020 рік, то бачимо, що значення зросло на 100 днів. Якщо дана ситуація не влаштовуватиме кредитора, то можуть не тільки погіршитися з ним відносини, а й зрости вартість товарів, що поставляються. Тому потрібно підвищувати рівень ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» і вчасно відповідати за своїми зобов'язаннями.

Розглянемо тенденції формування чистої маржі ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за останні 5 років на рис. 2.3.

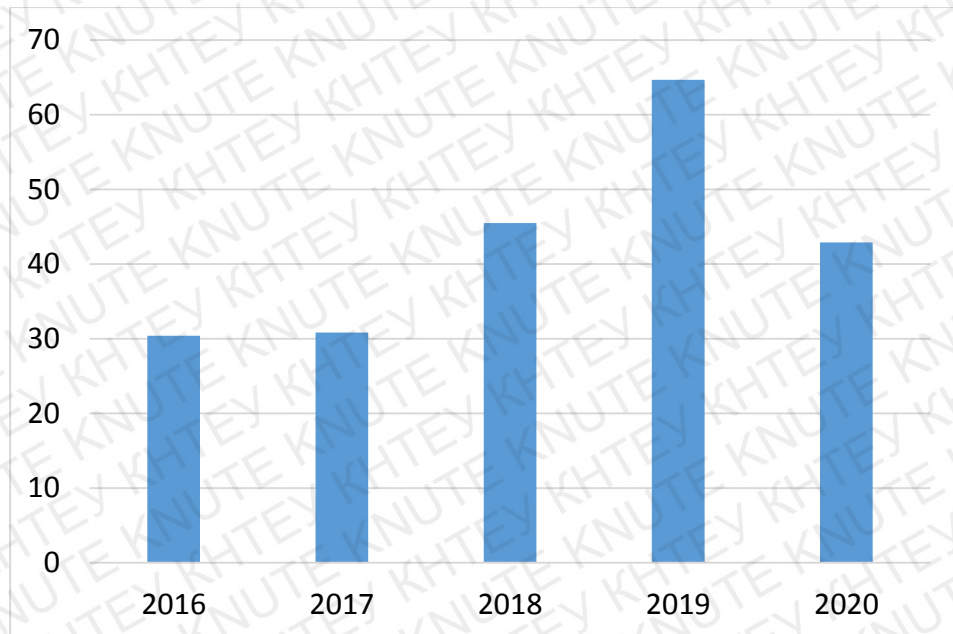


Рис. 2.3. Динаміка обсягів чистої маржі ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2016-2020 роки, %

Прослідковується зростання чистої маржі до 2019 року і різкий спад її обсягів за досліджувані останні 12 місяців.

На рис. 2.4 відображено результати аналізу заборгованості ПрАТ «Дитячий світ «Київ». Результати свідчать про низький рівень ризику, обслуговування існуючих боргів не обтяжує компанію, тобто потенційно компанія може збільшувати свою заборгованість.

Проведені розрахунки ефективності діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» свідчать, що у 2019 році підприємство було прибутковим, рентабельним та фінансово стабільним, але ділова активність й рентабельність підприємства мають тенденцію до погіршення на кінець 2020 р.

Для аналізу ефективності операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» ми спочатку провели розрахунки коефіцієнтів рентабельності і перейшли до аналізу ділової активності. Загалом спостерігається однакова тенденція - покращення загального стану підприємства у 2019 році, та різкий спад та втрата результатів у 2020 році. Це спричинено в першу чергу коливанням чистого прибутку підприємства в досліджувані роки.

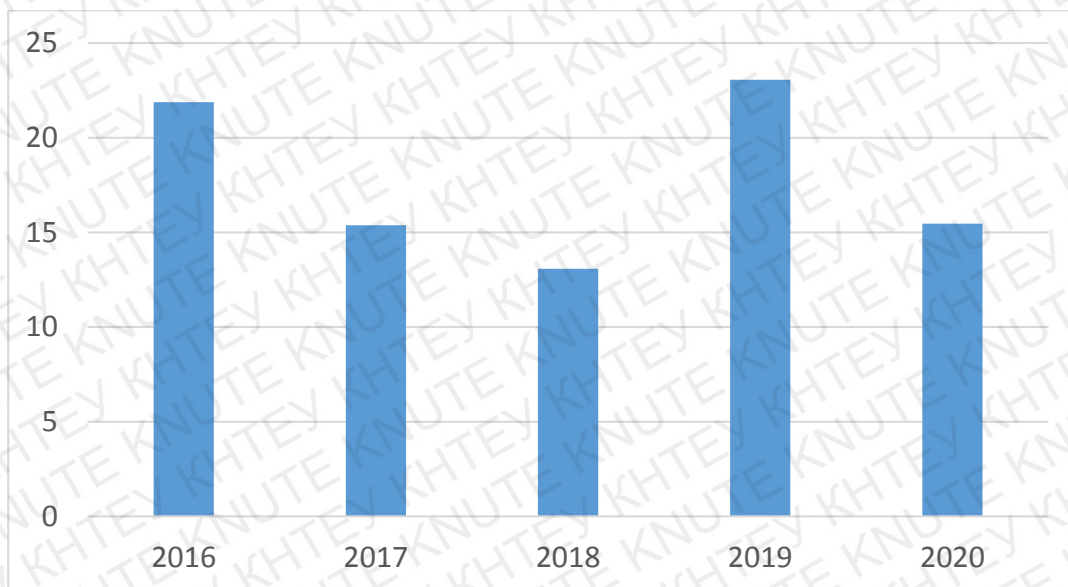


Рис. 2.4. Динаміка обсягів заборгованості ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2016-2020 роки, %

Найбільших змін зазнали рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності, рентабельність власного капіталу та рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності. Їх зменшення у 2020 році коливалося від 62% до 78%

Оцінюючи ділову активність ПрАТ «Дитячий світ «Київ» та порівнюючи результати досліджень з нормативними значеннями ми спостерігаємо негативні тенденції як і в 2019, так і в 2020 році.

Найбільших змін зазнав термін обертання дебіторської заборгованості, який за 2 досліджувані роки зріс в 6 разів. Цей показник напряму впливає на отриманий прибуток, тому він є дуже важливим. Для виправлення даної ситуації потрібно запровадити комплекс заходів, щоб в майбутньому ситуація була під контролем підприємства.

2.3. Кількісна оцінка факторів впливу на ефективність операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ»

Перед створенням комплексу заходів щодо збільшення доходів підприємства необхідно проаналізувати фактори впливу на ефективність операційної діяльності. Розпочнемо з дослідження абсолютного середньорічного приросту доходів та сукупного середньорічного темпу зростання доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ».

Абсолютний середньорічний приріст дозволяє зрозуміти динаміку та стабільність росту компанії в середньостроковому трьохрічному періоді. Порядок розрахунку наступний :

$$\text{Середньорічний приріст} = (\text{Виручка} - \text{Виручка 3 роки тому}) / 3 \quad (2.2.)$$

В даному випадку (рис. 2.5) ми спостерігаємо негативну динаміку спаду росту компанії за весь досліджуваний період.

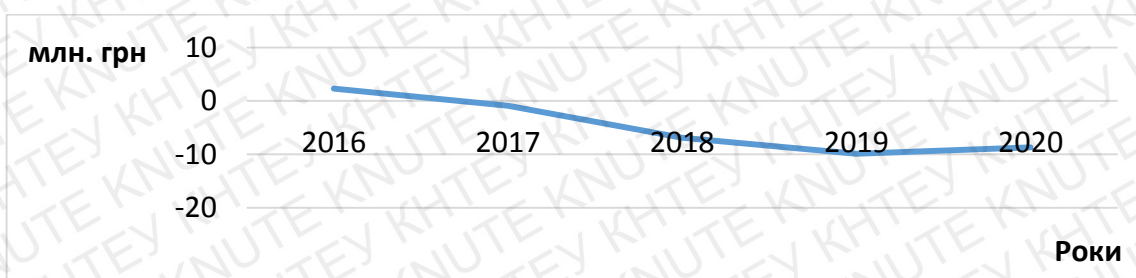


Рис. 2.5. Абсолютний середньорічний приріст доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ», млн. грн. [50]

Сукупний середньорічний темп зростання (CAGR) виручки характеризує сталість розвитку компанії за 3 попередні роки. Індикатор вказує, що за 2020 рік компанія зменшила свої доходи в порівнянні з попередніми на 5% (рис. 2.6).

$$\text{CAGR} = ((\text{Виручка} / \text{Виручка 3 роки тому})^{1/3} - 1) \times 100\% \quad (2.3.)$$

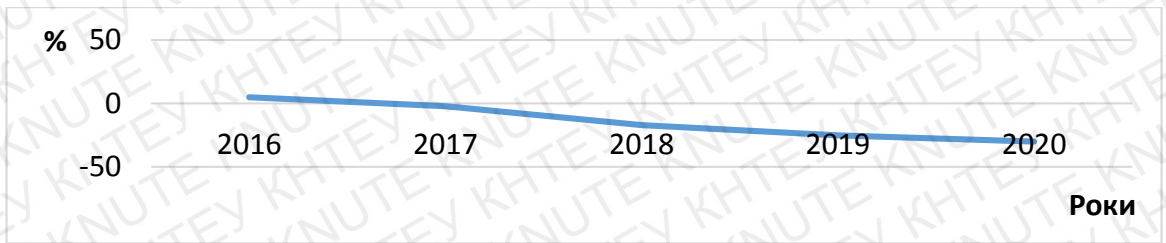


Рис. 2.6. Сукупний середньорічний темп зростання (CAGR) доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за три роки, % [50]

Проаналізувати формування комерційного доходу ПрАТ «Дитячий світ «Київ» та оцінити вплив факторів на його зміну дозволяють результати табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Фактори, що визначають зміну комерційного доходу ПрАТ «Дитячий світ «Київ» у 2018-2020 рр.

Показники	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)	
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019
Чистий дохід від реалізації товарів та послуг, тис. грн.	27 318	21 595	13 452	-5 723	-8 143
Собівартість реалізованих товарів та послуг, тис. грн.	15 111	11 307	6 457	-3 804	-4 850
Комерційний дохід, тис. грн.	12 207	10 288	6 995	-1 919	-3 293
Рівень комерційного доходу, %	44,68	47,64	52,00	2,96	4,36
Зміна комерційного доходу за рахунок зміни чистого доходу, тис. грн.	-	-2557	-3879	-	-
Зміна комерційного доходу за рахунок зміни собівартості, тис. грн.	-	638	586	-	-

Комерційний дохід торговельного підприємства характеризує суму реалізованих торговельних надбавок та формується як різниця обсягу реалізованих товарів та послуг у цінах реалізації та цінах закупівлі (за собівартістю). Відповідно до табл. 2.6 зменшення комерційного доходу компанії супроводжувалося зменшенням доходів від реалізації товарів та послуг, які випереджали зниження собівартості. Тобто зменшувався розрив між цінами реалізації та закупівлі товарів, а отже і рівень комерційного доходу.

Зниження рівня комерційного доходу в даному випадку є свідченням не дуже вдалої цінової політики компанії.

При визначенні впливу факторів на зміну комерційного доходу було використано наступну факторну модель:

$$КД = ЧД * РКД / 100, \quad (2.4)$$

де КД – комерційний дохід;

ЧД – чистий дохід від реалізації;

РКД – рівень комерційного доходу.

Застосування методу абсолютних різниць показало, що саме фактор чистого доходу негативно вплинув на зміну суми комерційного доходу (див. рис. 2.7). Так, у 2019 році за рахунок зміни чистого доходу від реалізації товарів та послуг сума комерційного доходу зменшилася на 2557 тис. грн., але за рахунок зменшення собівартості згладжено негативний вплив недостатнього доходу – на 638 тис. грн. У 2020 році відповідно вплив цих факторів склав 3879 тис. грн. та 586 тис. грн.



Рис 2.7. Вплив факторів на зміну комерційного доходу
ПрАТ «Дитячий світ «Київ»

Отже, за результатами аналізу спостерігається щорічне зменшення доходу від реалізації продукції, валового прибутку та прибутку від операційної діяльності. Разом з тим, підприємство має інші операційні доходи, величина яких зростає. Чистий прибуток у 2020 році зменшився на 59% порівняно з 2019 роком.

Розглядаючи фінансові показники за останні 5 років ми бачимо, що величина виручки та зобов'язань постійно зменшується. Проте і активи мають хоч і непостійну, але чітку тенденцію на зменшення. Абсолютний середньорічний приріст доходів за три роки стабільно зменшується, проте у 2020 році має незначне зростання.

За допомогою методу абсолютних різниць ми визначили, що навіть зменшення собівартості не має такого сильного впливу на комерційний дохід, оскільки щорічне зменшення чистого доходу нівелює такий фактор.

Також можемо зробити висновок, що на зменшення доходу у 2020 році мала вплив суттєва зміна фінансового результату від операційної діяльності, який зменшився в 4,5 рази. Тобто підприємство з свого основного виду діяльності з кожним роком все більше переходить на інші види, такі як здача в оренду приміщень. Проте, як ми бачимо з фінансової звітності, при нинішніх умовах це не приносить такого прибутку, яке раніше підприємство отримувало від торгівлі.

Також важливим чинником впливу на зменшення прибутку від операційної діяльності підприємства є пандемія. У 2020 році каранінні обмеження принесли збитки багатьом підприємствам, які не змогли вчасно застосувати інші канали просування, ПрАТ «Дитячий світ «Київ» не став виключенням.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ МАКСИМІЗАЦІЇ ДОХОДІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПЛАНУВАННЯ ЇХ ОБСЯГІВ

Планування обсягу та структури реалізації товарів представляє найбільш відповідальний етап в системі економічного управління доходами підприємства торгівлі.

Планування доходів – найбільш складний етап розробки фінансового плану підприємства та планування фінансової діяльності підприємства. Проведемо планування доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» з метою виявлення перспектив діяльності підприємства, які базуються на ретроспективних даних. В процесі планування використовувався метод екстраполяції.

Використовуючи плановий рівень рентабельності та метод середнього темпу зростання сплануємо чистий дохід від реалізації прибутку підприємства (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Планування чистого доходу ПрАТ «Дитячий світ «Київ» методом середнього темпу зростання на 2021 рік

Показники	2017	2018	2019	2020	2021
Дохід від реалізації продукції, тис. грн.	51369	39421	27318	21595	16177
Темп росту, %		76,74	69,30	79,05	
Середній темп росту, %					62,29

Планування проводиться на основі середнього темпу росту за 2017-2020 роки за допомогою наступної формули :

$$\bar{T}_p = \sqrt[n-1]{\frac{\text{ЧДР}_n}{\text{ЧДР}_0}}, \quad (3.1)$$

де \bar{T}_p – середній темп росту;

$\text{ЧДР}_n, \text{ЧДР}_0$ – відповідно показники чистого доходу від реалізації за останній і за перший досліджуваній період.

$$\bar{T}_p = \sqrt[3]{\frac{21595}{51369}} = 0,7491$$

Далі середній коефіцієнт росту множиться на показник останнього фактично зафіксованого періоду (2020 рік):

$$\text{ЧДРпл} = 21595 * 0,7491 = 16\ 177 \text{ тис. грн}$$

Отже, плановий дохід від реалізації в 2021 році буде становити 16 177 тис. грн.

Виразимо з формули рентабельності діяльності підприємства чистий прибуток підприємства та визначимо його розмір. Для одержання інформації про мінімальний рівень рентабельності підприємства скористаємося даними, розміщеними на сайті Державної служби статистики України [2]. У документі під назвою «Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за 2020 рік» рівень рентабельності для підприємств, що займаються оптовою та роздрібною торгівлею показник рентабельності визначено на рівні 16,3%.

$$\text{ЧПп} = \frac{16,3 \% * 16\ 177}{100\%} = 2\ 636,85 \text{ тис. грн}$$

За даними розрахунків видно, що визначений таким чином плановий обсяг чистого прибутку в 2021 р. складатиме 2 636,85 тис. грн.

Для розрахунків методом абсолютного середнього приросту використаємо формули коефіцієнта абсолютного середнього приросту і планового обсягу прибутку.

Абсолютний середній приріст:

$$\overline{\text{АП}} = \frac{\text{Показник}_n - \text{Показник}_1}{n-1} \quad (3.2),$$

де Показник_n – останній показник ряду динаміки;

Показник_1 – перший показник ряду динаміки;

$n-1$ – сума періодів мінус 1.

Плановий обсяг доходу:

$$ОД_{пл.} = ОД_n + \overline{АП} \quad (3.3),$$

де $ОД_n$ – обсяг доходу за останній період;

$\overline{АП}$ - абсолютний середній приріст.

Використовуючи дані для розрахунків, наведені в табл. 4.1 обчислимо абсолютний середній приріст:

$$\overline{АП} = \frac{21595 - 51369}{4 - 1} = -9\,925 \text{ тис. грн}$$

На основі абсолютного середнього приросту розрахуємо плановий обсяг доходу:

$$ОД_{пл.} = 21595 + (-9\,925) = 11\,670 \text{ тис. грн}$$

Проаналізувавши вищенаведені розрахунки, можемо дійти висновку, що при збереженні абсолютного середнього приросту дохід буде зменшуватися такими самими темпами, тобто на 9 925 тис. грн, то плановий дохід становитиме 11 670 тис. грн.

Схематично, динаміка доходу від реалізації продукції підприємства з врахуванням планового 2021 року наведено на рис. 3.1.

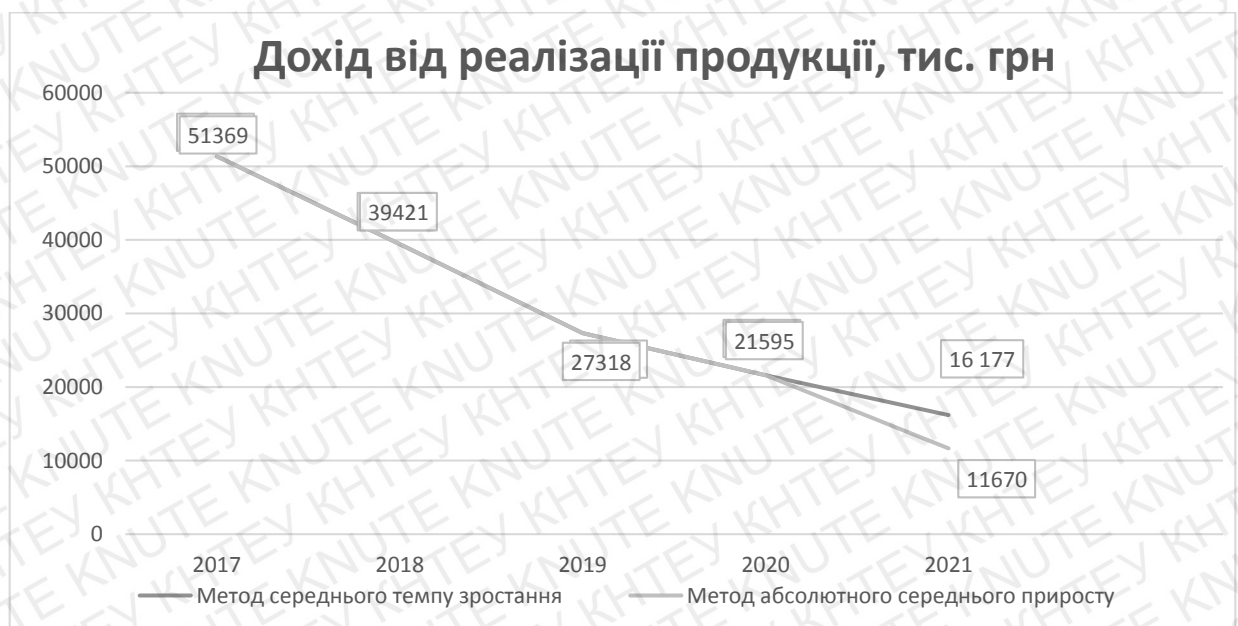


Рис. 3.1. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2017-2021 рр.

Метод середнього темпу зростання показує мінімальний запланований чистий дохід від реалізації та чистий прибуток ПрАТ «Дитячий світ «Київ» у 2021 році, що склали відповідно 16 177 тис. грн та 2 636,85 тис. грн.

Методом абсолютного середнього приросту ми визначили, що плановий показник чистого доходу від реалізації складе 11 670 тис. грн.

Проведене аналітичне дослідження доходів підприємства та їх впливу на ефективність діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» показали, що фінансове становище підприємства погіршується. Максимізація доходів – головне завдання діяльності для підприємства, яке планує свій стабільний розвиток в сучасних умовах. Підприємству необхідно шукати шляхи збільшення продажів, більш ефективно впроваджувати політику оптимізації витрат.

Основним резервом зростання доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» є диверсифікація каналів збуту, що особливо важливо в нестабільних умовах та умовах діджиталізації, яка вже активно впроваджується в торгівлі.

Дослідження показало, що ПрАТ «Дитячий світ «Київ» має негативну тенденцію зниження доходів за останні три роки. В першу чергу, на нашу думку, підприємство потребує змін в збутовій політиці. За умови, що підприємство буде самостійно займатися роздрібною торгівлею, а не отримувати доходи від здачі торгових приміщень в оренду, можна рекомендувати удосконалення збуту, спрямоване на поступове впровадження мультиканальної або омніканальної стратегії. З врахуванням непередбачених змін, прикладом яких є введення карантинних заходів з протидії поширенню COVID-19, бізнес повинен гнучко реагувати на подібні виклики та застосовувати альтернативні способи продажів.

Існують два способи реалізації товарів (канали збуту): фізичні та онлайн канали. В сучасних умовах з появою онлайн каналів збуту, які дозволяють охопити велику кількість населення в різних точках країни та поза її межами, підприємство торгівлі змушене змінювати (вдосконалювати) свою бізнес-модель та обирати найбільш оптимальну.

Останнім часом в Україні прослідковується позитивна динаміка зростання інтернет-користувачів, так, в 2018 р. їх приріст склав (+2%) порівняно з 2017 р.,

коли в країні було 60% інтернет-користувачів [4]. Значною перешкодою залишається високий рівень недовіри у взаємодії покупець - продавець. Проте в сучасних умовах споживачі все частіше шукають різноманітні товари онлайн, тому традиційні фізичні канали за останні роки дуже змінилися.

Оскільки ПрАТ «Дитячий світ «Київ» орієнтований на товари широкого вжитку, то електронна комерція в даному випадку доцільна, важливо, щоб покупці могли легко знайти магазин в Інтернеті. Для початку необхідно розвивати веб-сайт, далі – можна буде створити повноцінну вітрину електронної комерції, виставляючи все більшу кількість асортименту. Збільшуючи експозицію, інтернет-магазин може збільшити доходи без витрат на відкриття нових фізичних майданчиків. Крім того, оскільки частина площ магазину здається в оренду, доходи від оренди також будуть зберігатися, наявність орендарів дозволяє розглядати їх також у якості клієнтів на продаж товарів онлайн, де ПрАТ «Дитячий світ «Київ» виступатиме у якості маркетплейсу. Додавання інтернет-діяльності збільшує точки входу у бізнес, а міжплатформова взаємодія (онлайн та магазин) також дозволить підвищити показники конверсії без втрати доходу.

Впровадження онлайн-проекту в компанії потребує оцінки потенціалу росту доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ», яка включає наступні етапи:

Встановлення організаційної готовності до розвитку – на даному етапі необхідно визначити наявні бар'єри та ключові фактори розвитку бізнесу всередині компанії.

1. Аналіз ринкових можливостей для росту - за результатами першого етапу розробляються можливі сценарії майбутнього, виходячи із способів подолання «розривів» між поточною ситуацією та тією, до якої компанія повинна прийти.
2. Розробка можливих сценаріїв зростання – такі сценарії розробляються, виходячи із подолання «розриву», ефективності діяльності, компетенцій команди та доступності ресурсів.
3. Розробка оптимального сценарію росту бізнесу – з усіх можливих сценаріїв майбутнього компанії вибирається найбільш оптимальний – той, який

здатен забезпечити найбільшу віддачу за найменших зусиль з врахуванням цілей та поточного стану [48].

З нашої точки зору, в першу чергу, підприємству необхідно розробити стратегію гіпотезу роботи зі споживачами (онлайн та мобільні канали). Залучення, втримання та приріст споживачів – це найважливіші напрями роботи не тільки у фізичних, а в онлайн каналах. Можна визначити наступні етапи онлайн діяльності підприємства торгівлі зі споживачами:

1 етап – створення попиту, стратегія для даного етапу – це охоплення якомога більшої частки потенційних споживачів (піар, контекстна реклама, сайт, блоги, партнерський маркетинг, виставки). Цей етап може бути поділений на два послідовні етапи : охоплення споживачів та їх активація.

2 етап – втримання клієнтів – потребує певної взаємодії зі споживачами, що може відбуватися через кастомізацію (адаптацію під запити споживачів), ведення блогів, надання рекомендації, публікацію тематичних оглядів, наприклад, пов'язаних із здоров'ям чи екологією; партнерські програми тощо). Інтернет має дуже багато інструментів для того, щоб привернути до себе споживачів. Важливо виявляти найважливіші шаблони споживачів, тобто потрібно спостерігати за поведінкою споживача та використовувати тактики, які будуть позитивно сприйматися (вітальні листи, телефонні дзвінки, блоги, стрічки новин, нагадування.).

3 етап - приріст - передбачає збільшення групи клієнтів підприємства торгівлі або спонукання до більших витрат існуючих клієнтів (програми перехресних, додаткових та наступних продажів, рекомендації, вірусні продукти тощо).

З метою подальшого розвитку бізнесу власникам необхідно точно розуміти, на якому ринку та з яким обсягом буде працювати компанія. Це дозволить побудувати правильний вектор розвитку бізнесу. Для визначення обсягу ринку пропонуємо використовувати методику розрахунку показників, запропоновану Фондом розвитку інтернет-ініціатив - Total AvailableMarket (TAM), Served Available Market (SAM), Serviceable&Obtainable Market (SOM), PotentialAvailable Market (PAM) [4].

Оскільки ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за самою назвою компанії більше орієнтований на сегмент ринку для дітей, то розпочинати онлайн торгівлю можна з даного сегменту ринку. Отже, оцінюючи ринок, будемо орієнтуватися на поточний стан та специфіку ринку товарів для дітей.

Потенційний обсяг ринку (РАМ) дає розуміння, скільки клієнтів має потребу в товарах магазину, то можна говорити про Україну в цілому. В 2018 році ринок дитячих товарів оцінювався в 25 млрд доларів [14]. Оскільки цей показник зростає на 15-20% щорічно, то в 2021 р. прогнозна оцінка ринку - 33-35 млрд доларів.

Прогноз того, як зміниться в майбутньому ТАМ (загальний обсяг цільового ринку), показує скільки клієнтів та в якому обсязі на цільовому ринку потребують.

За даними Головного управління статистики м. Києва у столиці проживає за оцінкою на 1 липня 2021 року 2,954 млн. чоловік. З 2020 року спостерігається спад продажу дитячих товарів в Україні, тим самим повернувшись на рівень за обсягом 2018 року. Орієнтуючись на більш вузький сегмент ринку – місто Київ, частка якого у ВВП України становить 23,4% [37], то на Київ припадає 7,02 млрд доларів. Незважаючи на постійне зростання, ринок роздрібної торгівлі дитячими товарами в Україні ненасичений, а конкуренція серед гравців порівняно низька, що свідчить про його перспективність.

Основними учасниками ринку дитячих товарів на ринку України є Антошка; Mother care; Chicco; Dan Mark kids; магазини одягу, які випускають також дитячу лінію; Інтернет магазини; базари, гіпермаркети. За даними опитування Асоціації Рітейлерів України, 55% споживачів купують іграшки дітям в мережі «Антошка», 30% - в «Будинок Іграшок» [49].

Доступний обсяг ринку (SAM) - це частка від ТАМ, який готовий придбати товар, який продає конкретний магазин. Це максимально можливий розмір ринку для товарів компанії.

Населення Києва станом на 2021 рік оцінено в 3 млн. чоловік [29]. Щоб визначити частку кількість сімей, які отримують середні і вище доходи, ми скористалися інформацією про наявність авто в місті – 1,06 млн. станом на 2018 рік [47]. Оскільки ринок авто постійно зростає, то станом на 2021 рік їх кількість може

бути оцінена в 1,2 млн. Отже, близько 40% населення м. Києва мають доходи середні та вище середнього. Частка сімей, які купують онлайн становить близько 30%, тоді частка ринку дитячих товарів для міста Києва, виходячи із структури доходів киян та сімей, які купують онлайн складає 0,84 млрд. доларів.

Потенційний розмір ринку (SOM) - це частка від SAM, яку бізнес здатен реально захопити, враховуючи його плани розвитку, а також потенційні зміни на ринку ПрАТ «Дитячий світ «Київ» визначено за даними аналітичної онлайн-системи для бізнесової аналітики YouControl [50].

Компанія має ринкову частку 0,01, яка має тенденцію до зниження і на 2021 рік становить 0,005. Отже, річний обсяг доходів через онлайн канал потенційно становить 0,0042 млрд. доларів на рік або 105 млн. грн. Наведемо отримані результати прогнозування на рис. 3.2.

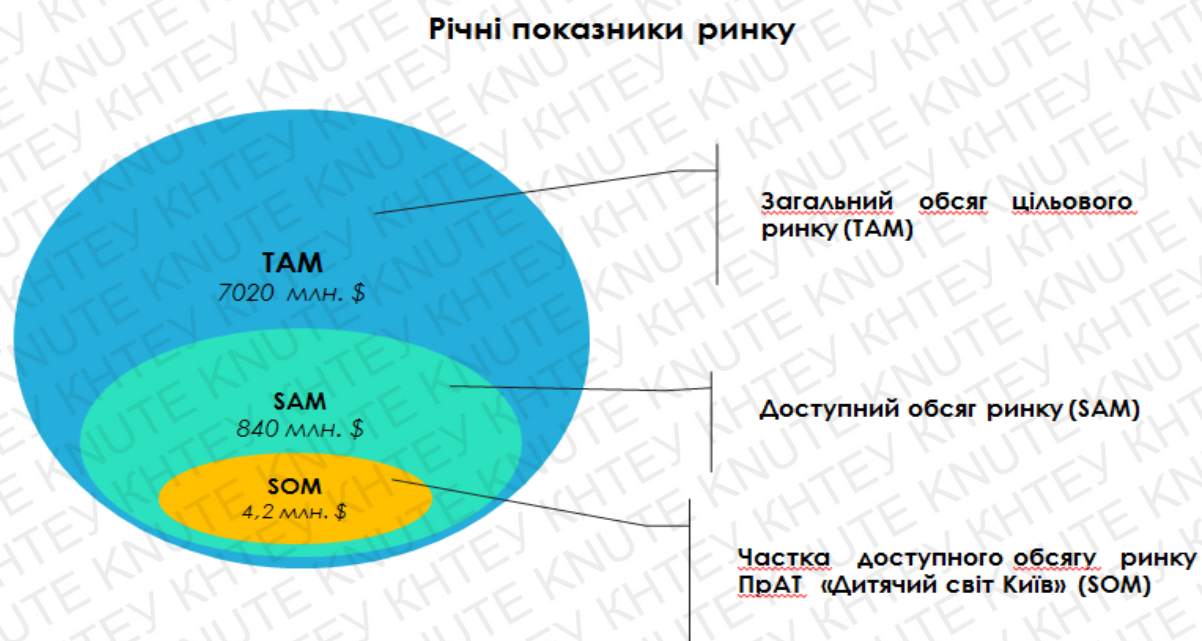


Рис. 3.2. Прогнозований обсяг онлайн ринку ПрАТ «Дитячий світ «Київ»

Таким чином, додатковий дохід ПрАТ «Дитячий світ «Київ» може бути суттєво збільшений (на 105 млн. гривень на рік), що підтверджує доцільність інтеграції онлайн / мобільних технологій в діяльність компанії та є необхідністю в сучасних умовах ведення бізнесу. В 2021 році у зв'язку із карантинними

обмеженнями підприємство понесе втрати, проте плани щодо розвитку онлайн продажів можуть бути реалізовані більш швидкими темпами. За умови, що в 2021 році підприємство почне трансформацію та переведе частину асортименту в інтернет, чистий дохід від онлайн продажів може скласти, як мінімум 10% від потенційно можливого річного доходу (10,5 млн. грн).

Тепер визначимо обсяг витрат, які пов'язані з впровадженням запропонованих заходів. Насамперед потрібно врахувати: ціну розробки сайту, вартість реклами, заробітну плату для працівників сайту.

Ми орієнтуємося на розробку сайту, який в майбутньому буде маркетплейсом для будь-якого магазину дитячих товарів. Тому створення лендингу за 3 тис. грн нам не підходить, оскільки в майбутньому він може не витримати навантаження і його доведеться перероблювати. Вартість підходящого сайту складатиме близько 60 тис грн.

Для вдалого функціонування сайту потрібно прийняти на роботу двох операторів кол-центру. До їх обов'язків буде входити прийняти, оформити та підтвердити замовлення зроблене через сайт. Згідно статистики за розміщеними вакансіями на сайті онлайн пошуку роботи Work.ua, середня заробітна плата працівника кол-центру по Україні складає 13 500 грн [51].

Рекламу сайту можна зробити в декількох варіантах, які представлені в табл. 3.2.

Врахуємо те, що в табл. 3.2 наведені напрями реклами, які будуть впровадженні в період початку функціонування сайту, тобто перші 4-6 місяців. Далі планується обрати найефективніші два напрями залучення клієнтів і фінансувати лише їх. Тобто, можемо визначити, що в перші 6 місяців на рекламу буде витрачено близько 219 тис. грн, а наступні 6 – ще близько 100 тис. грн.

Таблиця 3.2.

Кошторис витрат на рекламну кампанію**ПрАТ «Дитячий світ «Київ»**

Витрати	Ціна за реалізацію, грн
Біл-борди	6 000
Сітілайт	2 500
Друкована реклама в журналі «Мама і я»	8 000
Таргетована реклама в соцмережах	20 000
Всього	36 500

Підіб'ємо підсумки по витратах в табл. 3.3.

Таблиця 3.3.

Загальний кошторис витрат на 12 місяців,**які пов'язані з впровадженням сайту**

Види витрат	Ціна за реалізацію, грн
Розробка сайту	60 000
Рекламні витрати	319 000
Заробітна плата	324 000
Всього	703 000

Отже, з впровадженням наших пропозицій витрати на впровадження сайту ПрАТ «Дитячий світ «Київ» у 2021 році а складуть 703 тис. грн.

Розглянемо динаміку доходів підприємства з врахуванням прогнозних показників в табл. 3.4.

Таблиця 3.4.

Динаміка доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» за 2019-2020 рр.**та прогноз на 2021 р., тис. грн.**

Стаття	Роки			Абсолютний приріст, (+/-)	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	21595	13452	23720,5	-8143	10971,5
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	11307	6457	8694,8	-4850	2237,8

Продовження табл. 3.4.

Середній рівень собівартості, %	35,6			-	
Валовий прибуток	10288	6995	15025,7	-3293	8733,7

З врахуванням середнього прогнозного доходу, визначеного в попередньому розділі двома методами, який складе 13923,5 тис. грн та витрат на впровадження та підтримку функціонування сайту 703 тис. грн загальний дохід ПрАТ «Дитячий світ «Київ» з врахуванням онлайн продажів складе 23720,5 тис. грн.

Отже, за незмінного рівня собівартості, ПрАТ «Дитячий світ «Київ» збільшить за рахунок онлайн продажів валовий прибуток на 115%. Для першого року онлайн для підприємства - це тестування клієнтської поведінки. Саме клієнти, які хочуть, з одного боку, обирати товар особисто, а з іншого - мати можливості легкого пошуку та зручний сервіс визначатимуть подальші формати співпраці з магазином.

В процесі планування онлайн продажів слід враховувати, що Україна відрізняється від розвинених ринків тим, що населення не довіряє інтернету, тоді як в розвинених країнах проблеми недовіри немає і більше 90% товарів покупці оплачують онлайн. Проте ситуація з карантинном підштовхує українців більш активно пробувати онлайн-шопінг, а з часом вони зможуть відкрити для себе переваги такого способу закупівель.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

В ході проведення дослідження було визначено, що дохід підприємства являє собою один із видів фінансового результату його господарської діяльності за певний період, що характеризує у грошовому визначенні обсяг надходження грошових вигод у формі виручки від реалізації виробленої продукції (робіт, послуг) і майна, а також коштів з позареалізаційних операцій, які формуються з урахуванням факторів часу і ризиків.

Дослідження проводилося з використанням даних фінансової звітності ПрАТ «Дитячий світ «Київ». В 2019 році чистий дохід від реалізації продукції підприємства становив 21 595 тис. грн (відбулося зменшення на -5 723 тис. грн, або на -20,95 %), проте інші операційні доходи зросли на 1 434 тис. грн., або на 5,07%, валовий прибуток зменшився на 1 919 тис. грн, що становить -15,72%. Підприємство за досліджувані три роки отримувало прибуток, але в 2020 році відбулося його зменшення. Якщо в 2018 році ПрАТ «Дитячий світ «Київ» отримало 12 431 тис. грн, в 2019 році – 13 431 тис. грн, то вже у 2020 році 5 771 тис. грн.

В 2020 році дохід досліджуваного підприємства значно зменшився, проте підприємство отримує прибуток. ПрАТ «Дитячий світ «Київ» також почало зменшувати свої витрати, особливо в складі собівартості. Одним із негативних факторів, який призвів до змін у чистому фінансовому результаті є зміна структури доходів ПрАТ «Дитячий світ «Київ» : протягом останніх років відбулося збільшення частки інших операційних доходів в їх загальній структурі, протягом двох останніх років їх частка перевищила 50%.

Для аналізу ефективності операційної діяльності ПрАТ «Дитячий світ «Київ» проведено оцінку за показниками рентабельності та оборотності активів (ділової активності). Загалом спостерігається однакова тенденція - покращення загального стану підприємства у 2019 році, та різкий спад та втрата результатів у 2020 році. Це спричинено, в першу чергу, коливанням чистого прибутку підприємства в досліджувані роки.

За допомогою методу абсолютних різниць визначено, що зменшення собівартості у 2020 році не має такого сильного впливу на комерційний дохід, оскільки щорічне зменшення чистого доходу нівелює такий фактор.

На зменшення обсягів прибутку від операційної діяльності значний вплив мали заходи уряду, спрямовані на запобігання захворювань внаслідок пандемії. У 2020 році карантинні обмеження принесли збитки підприємствам, які не пристосувалися та вчасно не застосували інші канали просування.

Під час планування доходів підприємства ми отримали результати, які свідчать, що за умови збереження середньорічного темпу росту розміром 62,29%, прогнозований обсяг реалізації продукції на підприємстві зменшиться в 2021 р. в порівнянні з 2020 р. В результаті розрахунків методом середнього темпу зростання було отримано прогнозовану величину чистого доходу від реалізації розміром 16177 тис. грн. Методом абсолютного середнього приросту ми визначили, що плановий показник чистого доходу від реалізації складе 11 670 тис. грн.

Запропоновано диверсифікувати канали продажу для ПрАТ «Дитячий світ Київ» та інтегруватися в простір e-commerce. Залучення, втримання та приріст споживачів – це найважливіші напрями роботи не тільки у фізичних, а в онлайн каналах. Визначено етапи онлайн діяльності для підприємства торгівлі :

1-й етап – створення попиту, стратегія для даного етапу – це охоплення якомога більшої частки потенційних споживачів (піар, контекстна реклама, сайт, блоги, партнерський маркетинг, виставки). Цей етап може бути поділений на два послідовні етапи : охоплення споживачів та активація споживачів.

2-й етап – втримання клієнтів – потребує певної взаємодії зі споживачами, що може відбуватися через кастомізацію (адаптацію під запити споживачів), ведення блогів, надання рекомендації, публікацію тематичних оглядів, наприклад, пов'язаних із здоров'ям чи екологією; партнерські програми тощо).

3-й етап - приріст - передбачає збільшення групи клієнтів підприємства торгівлі або спонукання до більших витрат існуючих клієнтів (програми перехресних, додаткових та наступних продажів, рекомендації, вірусні продукти тощо).

Для визначення потенційного ринку запропоновано використовувати методичку розрахунку показників: TAM, SAM, SOM, PAM та проведено оцінку ринку для ПрАТ «Дитячий світ Київ» (категорія «Дитячі товари») за даною методикою. Результати показали доцільність інтеграції онлайн / мобільних технологій в діяльність компанії, в 2020 році підприємство може отримати додатковий дохід в сумі 105 млн. грн.

В 2021 році у зв'язку із карантинними обмеженнями підприємство понесе втрати, проте плани щодо розвитку онлайн продажів можуть бути реалізовані більш швидкими темпами. За умови, що в 2021 році підприємство почне трансформацію та переведе частину асортименту в інтернет, чистий дохід від онлайн продажів може скласти, як мінімум 10% від потенційно можливого річного доходу.

Враховавши обсяг витрат, які пов'язані з впровадженням вище запропонованих заходів, ми врахували: ціну розробки сайту, вартість реклами, заробітну плату для працівників сайту, загальна сума витрат складає 703 тис. грн.

Оцінивши через середній рівень собівартості потенційний валовий прибуток, було визначено, що запропоновані заходи збільшать валовий прибуток на 115% з урахуванням витрат.

Доходи підприємства торгівлі залежать від споживачів, тому робота ритейлера має бути спрямована на задоволення потреб споживача, враховувати, які атрибути товару є важливими для споживача, його реакцію на підвищення цін, зручні формати співпраці з магазином та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкіна Л. І., Фролова Г. І. Операційний менеджмент: навч. посіб. Донецьк: Юго-Восток, 2011. 287 с.
2. База даних. 05391057 - Приватне акціонерне товариство «Дитячий світ «Київ». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/21504897>
3. Бібліотека економіста. URL: <https://library.if.ua/book/157/10259.html>
4. Бізнес-акселератор Інсайт. URL: <http://xn-----dlcghbabxfa7arebdglb6a4beb7e8g.xn--p1ai/articles/5>
5. Бланк С. Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію: пер. з англ. Н. Валевська. К.: Наш формат, 2019. с. 512
6. Болтянська, Л. О., Андреева Л. О., Лисак О. І. Економіка підприємства : навч. посібник : рекомендовано МОН України. Херсон : Олді-плюс. 2015. 668 с.
7. Васильців Т. Г., Іляш О. І., Міценко Н. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. / за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. К.: Знання. 2013. 446 с.
8. Гавриленко О.Є. Умови визначення доходу: основні проблеми та шляхи їхнього вирішення. *Вісник ДонНУЕТ*. 2011. №3. С. 219- 223.
9. Гаркуша Н. М., Цуканова О. В., Горошанська О. О. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: навч. посіб К. : Знання, 2011. 591 с.
10. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. К.: Центр учбової літератури. 2019. 400 с.
11. Голубева Т. С., Колос І. В. Методологічні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 5. С. 66-71.
12. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погрішук Б. В. Економіка підприємства: навч. посіб, 2- вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури. 2012. 304 с.

13. Гуріна Н.В. Формування облікової політики підприємства щодо витрат і доходів. *Науковий журнал «Бізнес інформ»*. 2015. № 8. 194 с.
14. Дідченко Ю. О. Юдіна Н. В. Дослідження ринку дитячих товарів в Україні. URL: <file:///C:/Users/Laser/Downloads/134430-289473-1-SM.pdf>.
15. Драган О. Операційний менеджмент: навч. посіб. 2015. 210 с.
16. Євдошак В. І., Маначинська Ю. А. Відображення інформації про доходи в облікових регістрах та звітності. 2016. 153 с.
17. Замогильный П. Формирование центров финансовой ответственности в финансовой структуре авиаремонтных предприятий. *Економічний аналіз*. 2012. №11. С. 240.
18. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL.: <http://zakon4.rada.gov.ua>
19. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: навчальний посібник. К.: Знання. Прес. 2012. 256 с.
20. Камінська Т.Г. Взаємозв'язок доходів і витрат як категорій оціночних характеристик руху капіталу в обліку. *Науковий вісник НУБіП України*. – К.: Вид-во НУБіП України, 2010. № 154. – Ч. 3. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2010_154_3/10ktg.pdf
21. Карпенко Д. В. Сучасні підходи до трактування сутності категорії «Дохід». *Економіка Крима*. - 2013. - № 1. - С. 166-171.
22. Кириченко С. О., Лінник І. М. Сучасний фінансовий стан підприємства та перспективи його розвитку. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2015. №16. С. 261-266.
23. Кожанова Є. П., Отенко І. П., Серікова Т. М., Куліков П. М. Економічний аналіз: навч. посіб. 2019. 344 с.
24. Коломієць А. В. Методичні підходи до обґрунтування показника товарообігу торговельного підприємства. *Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*. URL: <http://intkonf.org/kolomiets-av-metodichni-pidhodi-do-obgruntuvannya-pokaznika-tovaroobigu-torgovelnogo-pidpriemstva/>.

25. Мельник В. М., Борзенкова О. Д. Еволюція поглядів на дохід і прибуток підприємства як потенційні об'єкти оподаткування. *Фінанси України*. 2011. № 10. С. 32-43.
26. Міжнародне агентство «We are social». Звіт «Digital in 2019». URL : <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
27. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18). Дохід: затв. наказом Міністерства фінансів України від 01 січня 2012 р. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_025
28. Остапенко Я. О. Аналіз доходів і витрат підприємств готельного господарства як інструментарій для реалізації контрольних функцій системи управління. *Фінансовий простір*. 2014. № 2(14). С. 116–121. URL: <http://fp.cibs.ck.ua/>.
29. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
30. Сіневич О.В. Роль прибутку в умовах трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2015. - №53. – с. 76-78
31. Петрович Й. М., Прокопишин-Рашкевич Л. М., Економіка та фінанси підприємства: підручник. Львів. 2014. 408 с.
32. Податковий кодекс України : Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
33. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» від 29.11.1999 р. URL: <http://minfin.com.ua/>
34. Полянко В. В. Стратегія управління доходами торговельного підприємства : Автореф. канд. екон. наук: КНЕУ, 2013. 24 с.
35. Попович О. В., Діденко Н. Ю. Тлумачення економічної сутності категорії «Дохід». *Економіка і суспільство*. 2016. №7. С. 975-978.
36. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у році: Закон України URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/909-19>

37. РБК-Україна URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/gosstat-obnarodoval-dannye-dole-regionov-1553868313.html>
38. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність: підручник. Київ: Альтера. 2013. 981 с.
39. Ткаченко П. О., Тульчинська С.О., Бойчук Д. В. Управління доходами на підприємстві. Ефективна економіка. 2018. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2018/152.pdf
40. Тридід О.М. Принципи та підходи до управління доходами підприємств. *БізнесІнформ*. 2012. №9. С. 211.
41. Череп А. Специфіка прояву функцій менеджменту у сфері управління доходами підприємств залізничного транспорту. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту: Серія «Економіка і управління»*. 2014. №33. С. 174.
42. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика фінансового аналізу. Інфра-М, 2010. 208 с.
43. Шило В. П., Ільїна С. Б., Барабанові В. В., Криштоп І. І. Фінанси підприємств : теорет.–практ. посіб. 2-ге вид. К. : Кондор . 2011. 429 с.
44. Шмиголь Н. М., Борзенкова О. Д. Принципи управління доходами в діяльності організації. Івано-Франківськ: Видавництво Прикарпатського національного університету. 2010. 170 с.
45. Шмиголь Н., Балака Т. Дохід підприємства: історичні етапи формування категорії в обліку та економічній теорії. 2017. 178 с.
46. Янковий О. Г., Кошельок Г. В. Фактори формування прибутку підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. №43. С. 298–305.
47. Auto-consulting: Інформаційно-аналітична група URL: <http://autoconsulting.ua/article.php?sid=41346>
48. Bigtime.Ventures. URL: <https://www.bigtime.ventures/ru/produkty/ocenka-potenciala-rosta-biznesa>
49. Toy Story: рынок игрушек Украины в цифрах и картинках URL: <https://rau.ua/analytics/toy-story-rynok-igrushek/>

50. YouControl : онлайн-сервіс перевірки компаній URL:
<https://youcontrol.com.ua/dashboard/>

51. Work.ua : сайт пошуку роботи URL: <https://www.work.ua/salary-call>

ДОДАТКИ