

*До записки*  
*Дисси*

Національний технічний університет  
"Дніпровська політехніка"

Навчально-науковий Інститут економіки  
Фінансово-економічний факультет

Кафедра економічного аналізу і фінансів

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

до кваліфікаційної роботи  
ступеню бакалавр

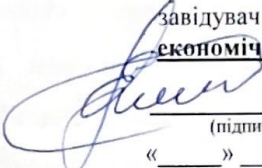
студента Денисенко Катерини В'ячеславівни  
(ПІБ)  
академічної групи 072-18-1 (денна форма навчання)  
(шифр)  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»  
(код і назва спеціальності)  
освітньо-професійної програми: «Фінанси, банківська справа та страхування»  
на тему: «Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ  
«Сандора»»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	Букреева Д.С.			
Рецензент	Буркало Г.В.		<i>відмінно</i>	<i>Г.В. Буркало</i>
Нормоконтролер	Федорова О.Г.	<i>90</i>	<i>відмінно</i>	<i>О.Г. Федорова</i>

Дніпро  
2022

**Національний технічний університет  
"Дніпровська політехніка"**

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри  
економічного аналізу і фінансів  
(повна назва)  
  
(підпис) О.В.Єрмошкіна  
(прізвище, ініціали)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 року

**ЗАВДАННЯ  
на кваліфікаційну роботу  
ступеню бакалавр**

студенту Денисенко Катерині В'ячеславівні академічної групи 072-18-1  
(прізвище, ініціали) (шифр)

спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»  
(код і назва спеціальності)

На тему: «Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «САНДОРА»)»

затверджену наказом ректора НТУ "Дніпровська політехніка" від 12.05.2022р. № 254-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
ВСТУП	Актуальність теми, мета і завдання, об'єкт і предмет роботи, методи, наукова та практична цінність, апробація результатів, публікації, структура роботи	03.05.2022-08.05.2022
Розділ 1	Теоретико-методологічні основи планування прибутку підприємства	09.05.2022-18.05.2022
Розділ 2	Аналіз фінансового стану ТОВ «САНДОРА»	19.05.2022-26.05.2022
Розділ 3	Шляхи оптимізації прибутку та підходи до його прогнозування	27.05.2022-05.06.2022
ВИСНОВКИ		06.06.2022-08.06.2022
Демонстраційний матеріал	Підготовка демонстраційного матеріалу до захисту	09.06.2022-12.06.2022

Завдання видано

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Д.С. Букресва

(прізвище, ініціали)

Дата видачі завдання 02.05.2022 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 13.06.2022 р.

Завдання прийнято до виконання

\_\_\_\_\_  
(підпис студента)


К.В. Денисенко

(прізвище, ініціали)

# Підписання документа

## Файл успішно підписано

Ми не вносили змін в оригінальний файл на вашому пристрої, а створили новий.  
Тому вам обов'язково потрібно його зберегти

 Денисенко\_072-18-1\_ПЗ.pdf.p7s.p7s

### Накладені підписи

 **БУКРЕЄВА ДАР'Я СЕРГІЇВНА**

Організація

**ФІЗИЧНА ОСОБА**

РНОКПП

**321200956**

 Сертифікат виданий

**АЦСК АТ КБ «ПРИВАТБАНК»**

Серійний номер

**2B6C7DF9A3891DA104000009F8DC500BE957803**

 **ДЕНИСЕНКО КАТЕРИНА В'ЯЧЕСЛАВІВНА**

Організація

**ФІЗИЧНА ОСОБА**

Час підпису, підтверджений центром сертифікації

**20 червня 2022 р., 21:4**

 РНОКПП

**3703805044**

Сертифікат виданий

**АЦСК АТ КБ «ПРИВАТБАНК»**

Серійний номер

**2B6C7DF9A3891DA104000002AEAC5005D787903**

## РЕФЕРАТ

*Денисенко К.В.* – Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «САНДОРА») – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». – НТУ «Дніпровська політехніка», Дніпро, 2022.

Мета кваліфікаційної роботи – аналіз прибутку підприємства на прикладі ТОВ «САНДОРА» та теоретичне обґрунтування найбільш ефективного методичного підходу щодо його планування.

У вступі викладено сучасний стан проблеми, обґрунтована актуальність теми, конкретизовано задачі кваліфікаційної роботи, визначено об'єкт і предмет дослідження.

У першому розділі визначено економічну сутність та функції прибутку, розглянуто існуючі теоретичні та методологічні підходи розподілу та використання прибутку підприємства.

У другому розділі досліджено організаційну структуру ТОВ «САНДОРА», проведено аналіз його фінансового стану та зроблені висновки щодо формування та використання прибутку підприємства за 2019-2021 рр.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи обґрунтовано вибір методу прогнозування прибутку з точки зору достовірності проведеного планування, розраховані прогнозні показники на основі розрахунково-аналітичний методу та моделювання фінансових показників на основі операційного аналізу «СVP».

**ПРИБУТОК, ПЛАНУВАННЯ, МОДЕЛЮВАННЯ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ.**



## ABSTRACT

*Denysenko K.* - Planning the company income (in terms of “SANDORA” LLC)  
- Qualification work on the rights of the manuscript.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 072 "Finance, Banking and insurance". – Dnipro University of Technology, Dnipro, 2022.

The purpose of the qualification work is the analysis of the company income in terms of “SANDORA” LLC and the theoretical substantiation of the most effective methodological approach to its planning.

The introduction outlines the current state of the problem, substantiates the relevance of the topic, specifies the objectives of the qualification work, defines the object and subject of research.

The first section defines the economic essence and functions of profit, considers the existing theoretical and methodological approaches to the distribution and use of enterprise profits.

The second section examines the organizational structure of «SANDORA» LLC, analyzes its financial condition and draws conclusions on the formation and use of enterprise profits for 2019-2021.

The third section of the qualification work substantiates the choice of profit forecasting method in terms of reliability of planning, calculated forecast indicators based on the calculation-analytical method and modeling of financial indicators based on operational analysis "CVP".

INCOME, PLANNING, MODELING, CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY.

## ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Прибуток підприємства як економічна категорія: визначення, функції	
1.2. Фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на прибуток підприємства	15
1.3. Соціальна відповідальність як основа підвищення прибутку підприємства	20
1.4. Методичні підходи планування прибутку підприємства	30
1.5. Особливості планування діяльності підприємства та його прибутку в умовах форс-мажору	36
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «САНДОРА»	41
2.1. Організаційна характеристика ТОВ «САНДОРА»	41
2.2. Аналіз основних показників фінансового стану ТОВ «САНДОРА»	43
2.3. Аналіз формування та використання прибутку підприємства	50
Висновки до розділу 2	60
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО ПРОГНОЗУВАННЯ	62
3.1. Шляхи підвищення прибутку ТОВ «САНДОРА»	62
3.2. Прогнозування прибутку підприємства на основі розрахунково-аналітичного методу	66
3.3. Моделювання фінансових показників діяльності ТОВ «САНДОРА» на основі операційного аналізу (Cost - volume - profit analysis)	69
Висновки до розділу 3	79
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Прибуток підприємства є важливим інструментом ефективного розвитку, а пріоритетом розвитку підприємства є використання ефективних інструментів управління підприємством при здійсненні підприємницької діяльності, особливо при застосуванні методів управління прибутком та поліпшенні прибутковості підприємства.

Актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи полягає в необхідності проведення постійного планування, аналізу, контролю та регулювання прибутку підприємств для підвищення ефективності їх діяльності в оперативному та стратегічному періодах.

Значний внесок у розробку теоретико-методологічних основ визначення сутності прибутку, методичних підходів до його формування та планування зробили вчені-економісти: Антонюк О.О., Савицька Г.В., Бандурко О.М., Добровольська, О.В, Масюк Ю.В., Волошина К.І., Пилипчук О.В., Сміт А., Рікадро Д., Котлер Ф. та інші.

**Мета і задачі кваліфікаційної роботи.** Метою даної роботи є оцінка формування прибутку підприємства на прикладі ТОВ «САНДОРА» та теоретичне обґрунтування найбільш ефективного методичного підходу щодо його планування в оперативному періоді.

Для досягнення основної мети у роботі поставлено і вирішено ряд теоретичних та практичних задач:

- розкрито сутність прибутку як економічної категорії;
- визначено фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на формування прибутку підприємства;
- розглянуто можливість функціонування підприємства під час форс-мажорних обставин;
- досліджено динаміку та структуру показників фінансового стану ТОВ «САНДОРА»;

– обґрунтовано методичні підходи щодо планування прибутку ТОВ «САНДОРА» у плановому періоді з метою підвищення ефективності його діяльності.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи є процес планування прибутку підприємства.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та практичні аспекти планування прибутку підприємств.

**Методи дослідження.** Для визначення сформульованих в роботі завдань були застосовано загальнонаукові методи пізнання сутності прибутку як економічної категорії; системний підхід до визначення механізму формування прибутку підприємства. Для оцінки структури та динаміки фінансових результатів діяльності підприємства використовували методи аналізу і синтезу; узагальнення; методи фінансового аналізу; метод коефіцієнтів для простеження динаміки. Для визначення ефективності діяльності ТОВ «САНДОРА» у наступному періоді було застосовано такі методи планування, як розрахунково-аналітичний метод та моделювання фінансових показників на основі операційного аналізу «CVP».

**Інформативною базою** кваліфікаційної роботи є загальні положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо процесу формування та планування прибутку підприємства, аналітичні дані та фінансові звіти ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Основні результати дослідження та їхнє практичне значення розміщено в електронному фаховому виданні «Економіка і суспільство» Випуск №38/2022. Тема статті: «Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект».

**Особистий внесок.** Наукові висновки та рекомендації є результатом самостійно проведеного автором дослідження щодо оцінка формування прибутку підприємства та визначення ефективного методичного підходу щодо його планування в оперативному періоді



**Структура й обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Її загальний обсяг складає 87 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 19 таблиць, 25 рисунків, список використаних джерел з 32 найменувань, 7 додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Прибуток підприємства як економічна категорія: визначення та функції.

Прибуток як економічна категорія виник з появою товарно-грошових відносин та розвитком інституту власності. Він ретранслює фінансову успішність компанії та кількісно відображає результат її діяльності.

Перші згадки про таке поняття як прибуток були ще у XI столітті до нашої ери у Вавилоні і прибуток визначався як різниця цін купівлі та продажу. Також визначення прибутку розглядалися давньогрецькими філософами та давніми римлянами. Так Аристотель писав, що прибуткового повинно бути більше ніж неприбуткового, а доходні справи розподілити так, щоб не всі відразу наражати на ризик. А давні римляни Катон Старший, Сазерна, Колумела, Варон розглядали прибуток як результат господарської діяльності лише землеробства, оскільки прибуток від торгівлі - небезпечне заняття, хоча деколи і буває прибутковим [1].

Першими, хто розглянув прибуток не тільки у фінансовій, а й у політичній економіці, стали засновники класичної школи політекономії А. Сміт та Д. Рікадро.

В різні часи А. Сміт трактував прибуток як:

- 1) закономірний результат продуктивності капіталу;
- 2) винагороду капіталістові за його діяльність і ризик;
- 3) вирахування з частини неоплаченої праці найманого робітника.

Поняття та сутність категорії «прибуток» у більшості вчених описується по різному. Так, О.О. Антонюк використовує поняття співвідношення ризику і доходу, визначає прибуток як втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик

здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності [2].

В той час Савицька Г.В. інтерпретує поняття прибуток як частину чистого доходу, створеного в процесі виробництва та реалізованого в сфері обігу, який безпосередньо отримують підприємства. [3]

Найкраще визначення прибутку надав Бандурко О.М. «Прибуток підприємства – це перевищення доходів, від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень» [4]. Таким чином можна стверджувати, що прибуток є головним джерелом розвитку підприємства. Інноваційне забезпечення матеріально-технічної бази, успішна інвестиційна діяльність, розширення асортименту товарів або послуг, охоплення нових галузей – усе це можливо за рахунок отримання та правильного використання прибутку.

З однієї сторони, Законодавство України, яке регулює господарську діяльність суб'єктів господарювання і порядок організації бухгалтерського обліку і звітності, і систему оподаткування прибутку — з іншої, під "прибутком" визначає два різних економічних явища.

Законом України "Про оподаткування прибутку підприємств", визначено прибуток як суму валових доходів, тобто доходів від усіх видів діяльності, скоригована певним чином для цілей оподаткування, зменшена на суму валових витрат підприємства і на вартість зносу (амортизації) основних засобів і нематеріальних активів.

Прибуток має велике значення в сучасних умовах нестабільної ринкової економіки та основними значеннями можна виділити (рис. 1.1).

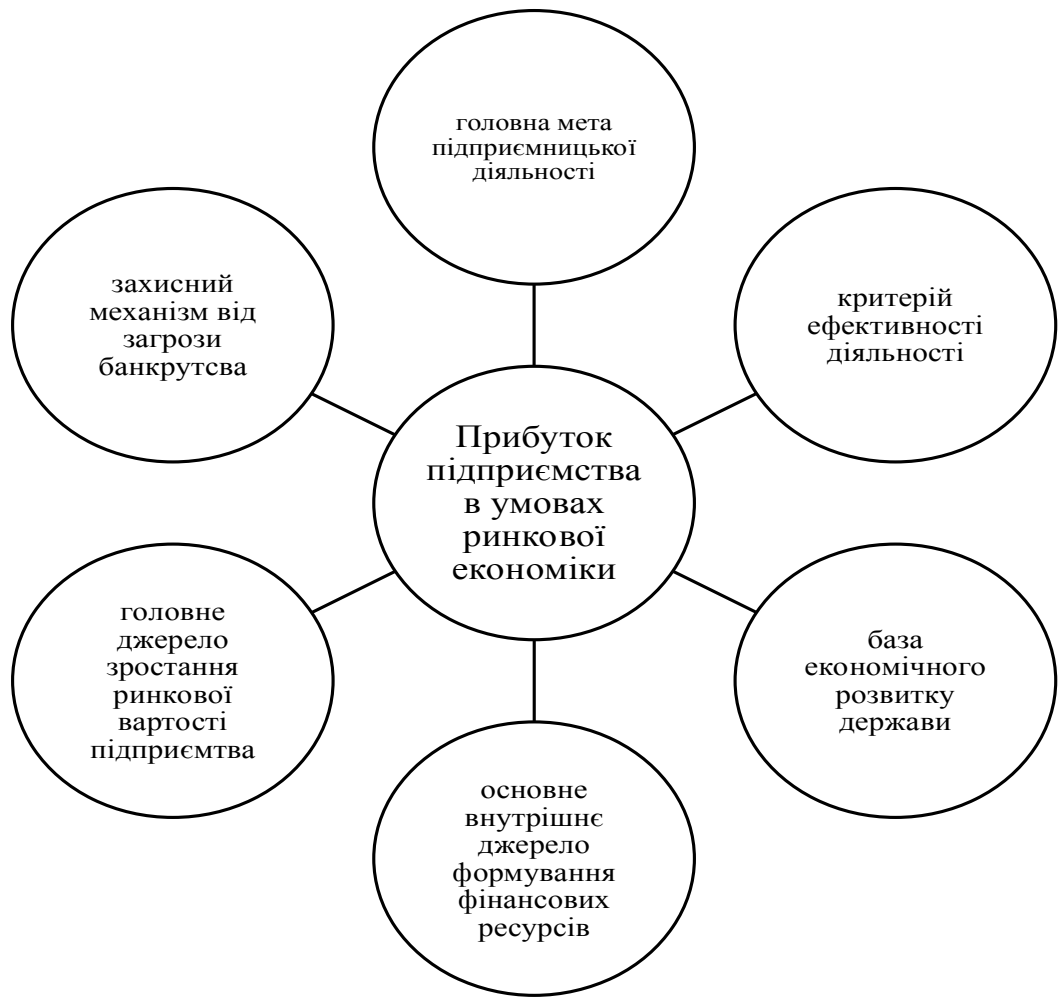


Рис. 1.1. Значення прибутку в ринковій економіці

Отже, для більш широкого розкриття значень слід вказати:

1. В першу чергу прибуток являє собою джерело формування фінансових ресурсів, тобто підприємство не потребує залучати кошти ззовні та має високий рівень прибутку.
2. Виступає захисним механізмом від банкрутства, адже створює необхідний резерв для існування підприємства у форс-мажорних обставинах.
3. Є підґрунтям для стабільного економічного розвитку держави, оскільки розвиває підприємство і таким чином збільшує кількість робочих місць, збільшує внески в держбюджет у вигляді податків та покращує рівень галузі, у якій працює.



4. Вказує на ефективність політики підприємства та дає змогу здійснювати інвестиційну діяльність як у рамках власної компанії, так і брати участь у зовнішніх інвестиційних проєктах.

5. Рівень прибутку є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства, оскільки тоді його виробничі ресурси працюють на максимум і створюють умови для успішної роботи на ринку.

6. Прибуток характеризує не весь доход, отриманий у процесі підприємницької діяльності, а лише ту його частину, яка залишається після відрахування усіх витрат на ведення цієї діяльності, які мали місце.

Аналіз складу сукупного доходу та сукупних витрат показує, що прибуток як об'єкт оподаткування є досить умовною величиною, яка відображає співвідношення між доходами та витратами підприємства протягом певного законодавчо встановленого податкового періоду. Його головна особливість полягає в тому, що він безпосередньо не залежить від різниці між виробничими витратами, виручкою від реалізації та витратами на виробництво цієї продукції. Прибуток як об'єкт оподаткування визначається відповідно до спеціального податкового обліку, що не узгоджується з обліком прибутку.

Для підвищення рівня прибутку потрібно:

- збільшення виробництва та реалізації товарів, робіт і послуг;
- розширення асортименту та якості продукції, з орієнтацією на ринок;
- тим-білдінг, навчальні заходи для підвищення рівня кваліфікації та заохочення працівників;
- оптимізація витрат на виробництво та реалізацію продукції;
- продуктивне використання виробничого та фінансового потенціалу;
- раціональна цінова політика з гнучкою системою взаємовідносин з підрядниками;
- зважена інвестиційна політика.

Особливу увагу слід звернути на останні 3 пункти, оскільки їх повноцінне функціонування можливе лише за умови високої кваліфікації економістів, що

працюватимуть з цими напрямками. Також не менш важливим є коопераційна робота фінансового та юридичного відділів для створення угод з покупцями і підрядниками, які будуть включати в себе умови щодо оптимального ціноутворення на товари і послуги, а також урахування інфляційних процесів в економіці. В угодах повинні бути чітко визначені застереження щодо порядку обчислення розмірів витрат (збитків), які є наслідком порушень зафіксованих у ньому зобов'язань сторін, а також щодо порядку відшкодування цих витрат.

Також, важливим є політика підприємства щодо обігу грошових потоків на підприємстві. Управління розподілом та використанням прибутку слід проводити в такому порядку:

1. Сформувані інформаційну базу для аналізу ефективності підприємства.
2. Проаналізувати минулий досвід використання прибутку компанії.
3. Дослідити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на ефективність прибутку підприємства.
4. Визначити поточний напрямок розподілу прибутку компанії в поєднанні зі стратегією розвитку компанії та тактичними цілями.
5. Розробити систему прийняття управлінських рішень для забезпечення ефективного використання прибутку.
6. Забезпечити контроль за виконанням управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку підприємства.
7. За результатами контролю в поєднанні зі стратегією розвитку підприємства коригувати ряд розподілу прибутку та використовувати управлінські рішення.

Важливий вплив на високі показники прибутку впливає собівартість товарної продукції. До неї відноситься всі витрати на виробництво згідно чинного законодавства. На даний момент можна встановити перелік з 5 груп, на які поділяються витрати на собівартість, а саме:

1. матеріальні витрати;
2. витрати на оплату праці;

3. відрахування на соціальні заходи;
4. амортизація основних засобів та нематеріальних активів;
5. інші витрати (такі як витрати на реалізацію продукції, а також податки, збори, інші обов'язкові платежі, передбачені законодавством).

У склад третьої та п'ятої груп входять витрати підприємства на створення загальнодержавних цільових фондів, таких як:

- Пенсійний фонд України;
- Фонд соціального страхування України;
- Фонд коштів на випадок безробіття;
- Фонд для здійснення заходів, спрямованих на ліквідацію наслідків

Чорнобильської катастрофи;

- Державний інноваційний фонд;
- Державний фонд сприяння конверсії;
- Фонд коштів на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання

автомобільних шляхів загального користування.

Відрахування у фонди з першого по четвертий підприємства реалізуються пропорційно до загального фонду оплати праці, включаючи премії, усі види заохочень праці робітників підприємств, на які нараховуються страхові внески згідно з чинним законодавством. Відрахування коштів підприємств у інші загальнодержавні фонди здійснюються згідно з положеннями про ці фонди.

Сутність прибутку як економічної категорії розкривається через функції, які він виконує у господарській діяльності. Прибуток підприємства здійснює наступні основні фінансово-господарські функції (рис.1.2.):

– стимулюючу – сприяє збільшенню капіталу, є ресурсом відновлення виробництва та соціальних благ;

– облікову – являє собою критерій і показник ефективності діяльності підприємства. Характеризує наявність та зростання прибутку, рівень прибутковості, ефективність господарської діяльності підприємства;

– розподільчу – є основним джерелом формування доходів бюджетів різних рівнів – прибуток до бюджетів надходить у вигляді податків.[5]

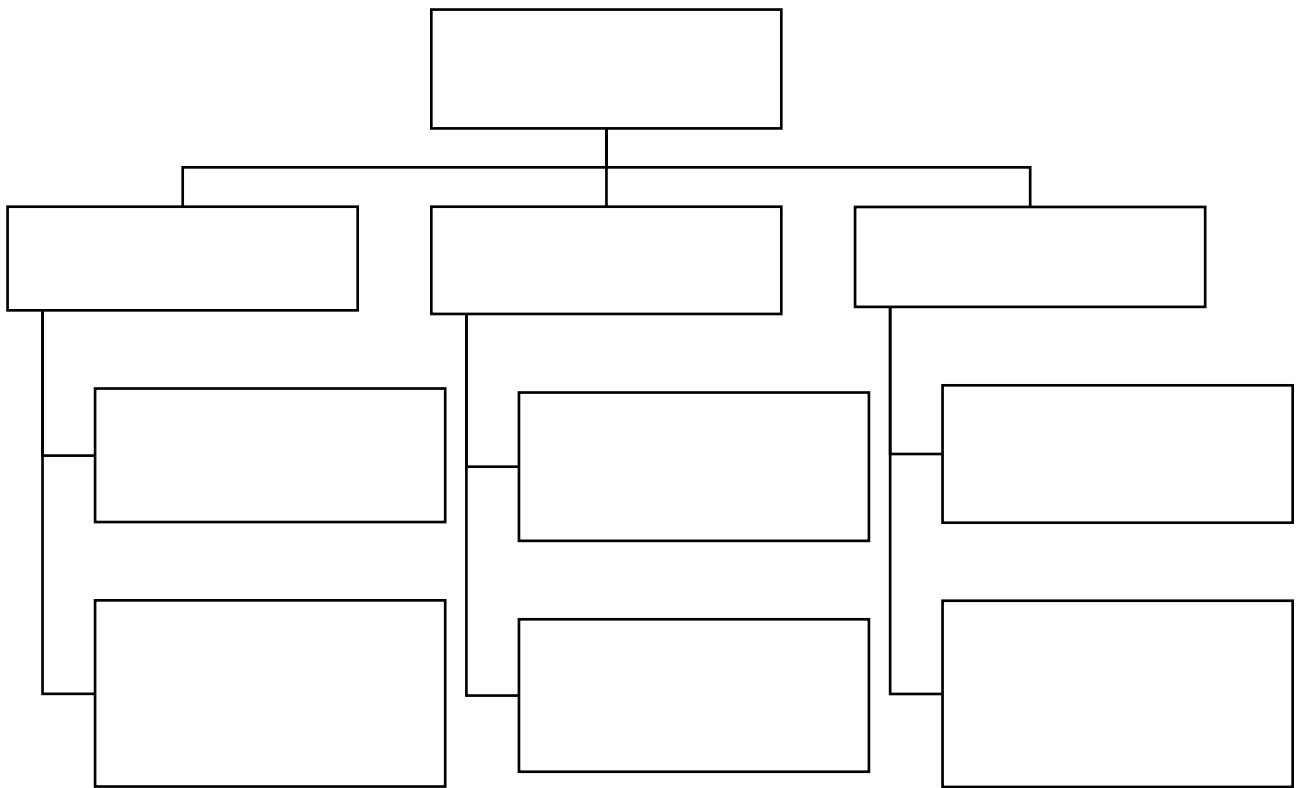


Рис. 1.2. Функції прибутку

Розглядаючи функцію прибутку з точки зору реалізації розвитку реальної економіки, рекомендується виділити соціальну функцію, яка передбачає реалізацію програм соціального захисту працівників та суспільства в цілому. Основним завданням управління доходами при виконанні соціальних функцій є узгодження інтересів власників, держави, службовців і пересічних громадян при розподілі прибутків, визначення пріоритетності їх використання.

1.2. Фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на прибуток підприємства

Велика кількість чинників має вплив на формування прибутку та вони мають як позитивний, так і негативний ефект на величину прибутку підприємства. Фактори, що корегують прибутковість, умовно можна розділити



на зовнішні (фактори, які не залежать від діяльності суб'єктів господарювання) та внутрішні (фактори, які залежать від діяльності підприємства) (рис. 1.3).

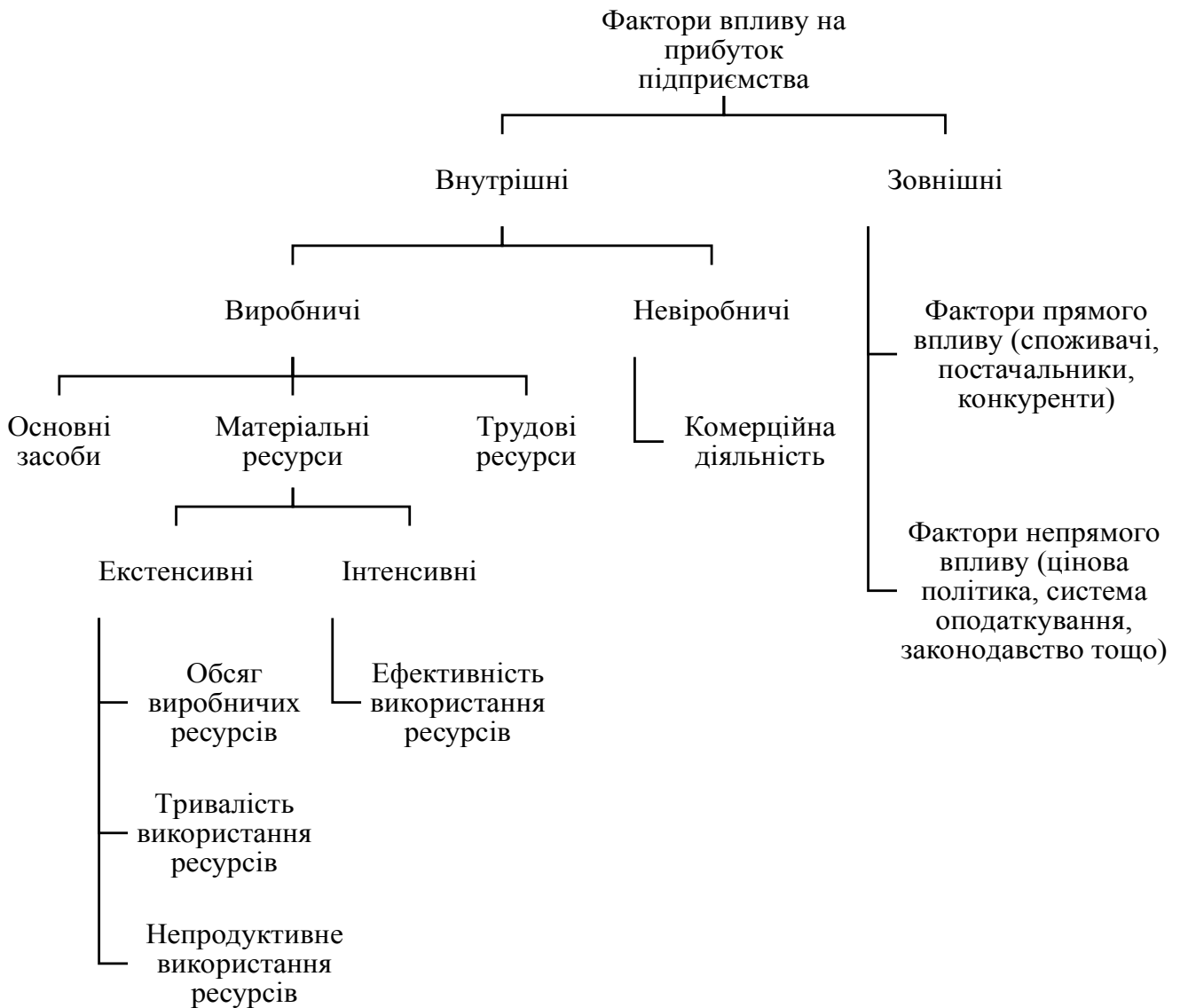


Рис. 1.3. Класифікація факторів, що впливають на величину прибутку підприємства

Зовнішні фактори поділяються на фактори прямого та непрямого впливу. До факторів прямого впливу можна віднести взаємодію з підрядниками і споживачами, конкурентність на ринку. До факторів непрямого впливу входять цінова політика, система оподаткування, законодавство, діяльність органів влади тощо.

Серед внутрішніх факторів також можна виокремити три групи: виробничі фактори (які поділяються на основні засоби, матеріальні ресурси та трудові ресурси) та невиробничі, що включають в себе комерційну діяльність підприємства.

Матеріальні ресурси в свою чергу поділяються на екстенсивні та інтенсивні.

Фактори виробництва являють собою наявність і використання засобів і предметів праці, трудових і фінансових ресурсів і поділяються на екстенсивні та інтенсивні. Існує багато екстенсивних факторів, які впливають на процес рентабельності через кількісні зміни основних засобів, товарно-матеріальних цінностей, фінансових ресурсів, годин роботи обладнання, кількості працівників, робочого часу тощо. Інтенсивні фактори впливу на процес прибутку діють завдяки «якісним» змінам у підвищенні продуктивності праці та якості обладнання, застосуванні нових матеріалів та вдосконаленні техніки їх обробки, прискоренні оборотності оборотних коштів, підвищенні кваліфікації та продуктивності праці, зниженні матеріальної продуктивності, удосконаленні організації праці та використуванні фінансових ресурсів більш ефективно. [6]

Екстенсивні фактори мають найбільший вплив на рівень прибутку серед внутрішніх факторів. Основні фактори, що мають вплив на зміну прибутку від реалізації продукції, є такими як обсяг реалізації, повна собівартість, рівень цін, та структура реалізованої продукції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Характеристика впливу факторів на зміну прибутку від реалізованої продукції

Фактор	Характеристика впливу
Обсяг реалізації окремого виду продукції	Підвищення (зменшення) розміру прибутку за рахунок збільшення (зниження) обсягу реалізації прибуткової продукції
Структура реалізованої продукції	Збільшення загальної суми прибутку шляхом зменшення питомої ваги продукції з низьким рівнем прибутковості. Діє у зворотній схемі.
Собівартість одиниці реалізованої	Більші витрати на виготовлення одиниці продукції

продукції	призводять до зниження суми прибутку. І, навпаки.
Рівень цін	Зростання (зменшення) ціни прямо пропорційно впливає на суму прибутку.

Планування прибутку підприємства забезпечується шляхом впливу факторів, що визначають фінансові результати. Оскільки прибуток є складним показником, на нього впливають усі фактори, пов'язані з підприємницькою діяльністю. За ступенем ролі та способом впливу вони поділяються на макроекономічні та мікроекономічні.

Макроекономічні фактори – це ті, що характеризують ринкову кон'юнктуру, а саме рівень попиту та пропозиції. Як правило, діяльність підприємства починається з дослідження ринку, щоб визначити позицію підприємства на ринку та передбачити зміни ринкових умов. Підприємство не може безпосередньо впливати на ці фактори і змушене адаптуватися до ринкових умов, враховуючи це при плануванні своєї діяльності, оскільки зміни ринкової кон'юнктури можуть істотно вплинути на баланс попиту і пропозиції, що в свою чергу неминуче впливає на обсяги продажів і ціни, і в кінцевому підсумку - прибуток підприємства.[7]

В свою чергу техніко-економічні та комплексні фактори, що транслюють діяльність самого підприємства відносяться до мікроекономічних факторів впливу.

Багатогранний характер прибутку означає, що його дослідження повинно мати системний підхід, який буде охоплювати аналіз сукупності факторів створення, впливу, розподілу і використання. Схема системного підходу до дослідження прибутку наведена на рис. 1.4 [8].

До утворюючих факторів належать: виручка, в тому числі: від реалізації продукції, яка займає основну питому вагу, та виручка від реалізації інших активів і основних засобів. Важливою складовою утворюючих факторів є доходи від пайової участі в інших підприємствах, у тому числі: дочірніх, доходи по цінних паперах, безкоштовна фінансова допомога, сальдо штрафів, отриманих і сплачених.



Рис. 1.4. Схема системного підходу до дослідження прибутку

Взаємовпливаючі фактори розподіляються на зовнішні фактори розподілу, які визначаються фінансово-кредитною політикою держави, у тому числі: податки і податкові ставки, в деякій мірі ціни, тарифи і збори, а також внутрішні, які включають собівартість, продуктивність праці, фондівіддачу, фондоозброєність, оборотність оборотних активів.

Фактори розподілу складаються з платежів обов'язкового характеру до бюджету і позабюджетних фондів, до банківських і страхових фондів, платежів добровільного характеру, включаючи добродієнні фонди, направлення прибутку у фонди грошових коштів, які утворюються на підприємствах.

### 1.3. Соціальна відповідальність як основа підвищення прибутку підприємства

Соціальна відповідальність являє собою непрямий фактор впливу на прибуток компанії, однак через її реалізацію у довгостроковій перспективі за її рахунок підприємство буде довірчі відносини з покупцями та працівниками, що внаслідок покращує репутаційні показники та підвищують стабільність компанії. (рис. 1.5.)



Рис. 1.5. Вплив СВБ на збільшення прибутку підприємства

Тобто, соціальна відповідальність має вплив на прибуток підприємства за рахунок етичної поведінки, прозорості, чесного ведення бізнесу та порушенню гострих соціальних проблем, оскільки підприємство привертає увагу покупців до себе, вказує свою позицію. Завдяки впровадженню корпоративної соціальної відповідальності в українську ділову практику, компанії матимуть можливість підвищити конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках та отримати привабливий імідж для клієнтів, що збільшує попит на продукцію компанії і нарощують її прибуток.

Культура соціальної відповідальності почала формуватися в світі ще в 1960-ті роки і останні 40 років активно розвивалася, отримуючи все більшу підтримку великих, а з часом – і малих підприємств. Зараз соціальна відповідальність сприяє розвитку і підвищенню іміджу підприємства, а у довгостроковій перспективі – підприємства з більш високим рівнем соціальної відповідальності, як основа забезпечення ділової активності, мають більше конкурентних переваг та стійку тенденцію економічного зростання. З підвищенням рівня довіри підвищуються доходи, що в свою чергу впливає на розвиток та успішність підприємства на ринку.

Соціальна відповідальність – це бажання компанії підтримувати соціальні проблеми як окремого напрямку в межах однієї країни, так і на світовому тлі. Соціальна відповідальність — це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Крайні світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

Звертаючись до теоретичних засад варто зазначити, що у багатьох розроблених концепціях соціальної відповідальності часто заміщувалася іншими визначеннями. Так, найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу», тощо.

Для точнішого розуміння сутності соціальної відповідальності розглянемо тлумачення даної категорії в різних джерелах.

Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси»[9].

СВБ у програмних документах Європейського Союзу (ЄС) розглядається як дієвий інструмент, що "пропонує перелік цінностей, на основі яких можна побудувати більш згуртоване суспільство і здійснити перехід до сталої економічної системи" [10]. Варто зазначити, що СВБ поширюється на такі основні напрями: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Тенденції привертання уваги населення до соціальних проблем через відомі імена почали розвиватися останні 15 років. Згідно статистики, серед 1 221 компаній, опитаних у жовтні 2005 року, усвідомленість щодо терміну «соціальна відповідальність» склала близько 78% опитаних компаній, але близько 34% з них погодились з думкою, що вирішення соціальних проблем – це задача лише держави і бізнес не має ніякого відношення до цього [11]. Проте вже сьогодні, у зв'язку з подіями, які відбувались в світі з 2020 року (пандемія Covid-19) та розвитком соціальних мереж, активна та чітка соціальна позиція підприємств стала ще актуальнішим питанням, яка забезпечує його конкурентоспроможність на світових ринках. Адже в часи важкої економічної ситуації в країні саме великі приватні підприємства можуть допомогти вирішити велику кількість соціальних проблем. Так, закупівля масок та антисептичних засобів для населення під час пандемії Covid-19 або розробка вакцин приватними фармацевтичними компаніями, є прикладом соціальної відповідальності бізнесу.

В Україні соціальна відповідальність тільки починає розвиватись. Найбільше підприємства звертають свою увагу на близьке коло стейкхолдерів – власників, державу і персонал. Найбільш специфічною рисою СВБ, притаманною українському бізнесу, є благодійність і спонсорство – основні поняття, за якими сприймається соціальна відповідальність в Україні [12].

Для того, щоб перевірити доцільність розвитку культури і соціальної відповідальності в Україні, нами було проаналізовано позиції України відносно провідних країн Європи за 2018-2020 рр. у декількох міжнародних рейтингах, які в сукупності формують загальний рівень соціальної відповідальності країни (табл. 1.2).

Основними принципами СВБ, як було вище зазначено, є турбота про навколишнє середовище, ефективність державної політики в сфері екології, економічна безпека підприємств, податкова та грошова свобода, а також рівень сприйняття корупції на всіх етапах роботи бізнесу, починаючи від внутрішнього життя компанії, закінчуючи протидією корупційним схемам на рівні держави. На підставі цих принципів, було прийнято рішення, що індекс екологічної ефективності, індекс економічної свободи та індекс сприйняття корупції найяскравіше розкриють рівень соціальної відповідальності українського бізнесу на фоні провідних країн світу.

Таблиця 1.2

Місце України та провідних країн Європи в рейтингах, які визначають рівень

### СВБ

Рік	Україна			Німеччина			Франція			Велика Британія			Швейцарія			Данія		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Рейтинг за індексом екологічної ефективності																		
Місце країни у рейтингу	109	60	60	13	10	10	2	5	5	6	4	4	1	3	3	3	1	1
Рейтинг за індексом економічної свободи																		
Місце країни у	150	147	130	25	24	16	71	71	52	8	7	24	4	4	2	12	14	10



рейтингу																		
Рейтинг за індексом сприйняття корупції																		
Місце країни у рейтингу	120	126	117	11	9	9	21	23	23	11	12	11	3	4	3	1	1	1

Отже, як свідчать дані таблиці, можна зробити висновки, що сукупний рейтинг України за показником соціальної відповідальності знаходиться на низькому рівні. Приклад європейських країн показує, що соціальна відповідальність активно впливає на формування позитивного іміджу компанії, підвищення репутації та встановлення міцних зв'язків з клієнтами та партнерами.

На фоні провідних Європейських країн, які найчастіше знаходяться в топ-20 вищезазначених рейтингах за останні три роки, а також враховуючи євроінтеграційні процеси України, вважаємо за доцільне більш детально вивчити особливості європейської моделі побудови соціальної відповідальності бізнесу з метою її подальшої імплементації до українського суспільства з урахуванням його цінностей та особливостей.

Варто відмітити, що соціальна відповідальність бізнесу має ряд переваг як для підприємств, так і для суспільства в цілому. Для чіткого розуміння причин, з яких слід вводити соціальну відповідальність в Україні, було виділено по п'ять основних переваг (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Переваги, які отримують підприємства та суспільство від запровадження СВ

Переваги, які отримують підприємства	Переваги, які отримує суспільство
підвищення лояльності та довіри до компанії, її товарів та послуг	встановлення партнерських відносин між бізнесом, урядом та громадськістю
підвищення лояльності та довіри до компанії, її товарів та послуг	надання цільової допомоги громадянам
розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу	розвиток соціального захисту населення
відповідність нормам і стандартам світового економічного співтовариства	підтримка громадських ініціатив, проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення
створення безпечного середовища для	залучення інвестицій в соціальні проекти

діяльності та розвитку компанії за допомогою власної корпоративної політики	
---	--

Європейська модель соціальної відповідальності «компанії учасників» (stakeholders` company) орієнтується на рівноправну взаємодію з численними стейкхолдерами – від місцевих громад до організацій, які відображають різні соціально значущі інтереси. Виявлені суспільні потреби задовольняються з урахуванням можливостей, що надаються національній економіці і бізнесу інноваційною моделлю економічного розвитку, причому інновації впроваджуються не тільки в виробничу сферу, а й в сферу трудових відносин, сферу взаємодії з навколишнім середовищем, що стає невід’ємною частиною стратегії розвитку бізнесу. Лідерами в реалізації європейської моделі СВБ є компанії, що функціонують в галузях, орієнтованих, перш за все, на споживача, – підприємства харчової та фармацевтичної промисловості, роздрібною торгівлі тощо [13].

Досліджуючи європейський досвід СВБ на національному рівні, можна виявити наявність спільних рис, характерних для всіх європейських компаній. Так, європейські компанії воліють солідарну відповідальність, у всіх країнах ступінь залученості держави і значимість державного регулювання в сфері СВБ традиційно вище, ніж в інших розвинених регіонах, однак при цьому саме європейські компанії є традиційними лідерами в даній сфері. Серед найбільш поширених сфер СВБ для всіх країн ЄС можна назвати проблеми зайнятості, освіти та охорону здоров'я [13].

Відмінними рисами європейської моделі СВБ, що характеризують її сутність, варто вважати:

- участь урядових структур в розвитку СВБ;
- розвинена система освіти співробітників;
- підвищений інтерес з боку ЗМІ;
- відкрита нефінансова звітність підприємств в області СВБ.

В таблиці 1.4. [14-20] представлено порівняльний аналіз інструментів підтримки СББ в Європі та Україні за всіма характерними рисами європейської моделі СББ.

Таблиця 1.4

## Порівняльний аналіз інструментів підтримки СББ в Європі та Україні

Характерні риси СББ	Інструменти підтримки в Європі	Інструменти підтримки в Україні
1	2	3
Участь урядових структур в розвитку СББ	<p>Документи, які країни Європейського Союзу використовують при розробці національної політики з СББ. Серед них:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «План ЄС щодо захисту довкілля» - закріплено основні напрями діяльності держав Європейського Союзу в сфері захисту довкілля;</li> <li>• «Політика інтегрованого продукту» («ІРР»), створена для того, щоб відстежувати вплив виробничих процесів на довкілля та стимулювати інтеграції найбільш ефективних способів виробництва;</li> <li>• «Загальна система екоменеджменту і аудиту» (EMAS), яка рекомендує систему оцінки і звітності з СББ і спрямована на впровадження в діяльності компанії екологічно дружнього менеджменту;</li> <li>• «Європейська ініціатива екологічної ефективності» (ЕЕЕІ), спрямована на інтеграцію принципів екологічної ефективності в промислові і економічні стратегічні плани компаній;</li> <li>• Резолюція Європарламенту «Стандарти ЄС для європейських підприємств, що здійснюють свою діяльність в країнах, що розвиваються: назустріч Європейському корпоративному кодексу поведінки» пропонує створення європейського типового</li> </ul>	<p>Стратегія сприяння розвитку СББ розвивається в трьох напрямках:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Реформа оподаткування. Включає зниження податкового пресу, дає можливість підприємствам розвивати свої основні фонди і нагромаджувати обігові кошти. Тобто, у підприємств з'являються додаткові кошти, які можуть бути використані, у тому числі і на розвиток соціальних програм;</li> <li>• Удосконалення пенсійної системи. Оновлене пенсійне законодавство підвищує зацікавленість працівників в отриманні легальної зарплати. Роботодавець і працівник виступають як соціальні партнери, але працівник, зацікавлений у фінансовому забезпеченні власної старості;</li> <li>• Інноваційні і наукомісткі проекти. Реалізується за допомогою накопичувальної схеми технопарків, яка припускає пільгове оподаткування. З розвитком третього напрямку відкривається можливість підтримувати науково-технічний потенціал країни і зберегти вітчизняні наукові кадри.[7-8]</li> </ul>

	<p>корпоративного кодексу поведінки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегія «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання» (прийнята 25 жовтня 2011 року), в якій представлені нові напрями розвитку СВБ в ЄС.[6]</li> </ul>	
--	--	--

Продовження табл. 1.4

1	2	3
Розвинена система освіти співробітників	<p>Складовими системи післядипломної освіти є різноманітні форми підвищення кваліфікації та перепідготовки. Професійне підвищення кваліфікації поділяється таким чином:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) підвищення кваліфікації на підприємстві;</li> <li>2) підвищення кваліфікації для безробітних;</li> <li>3) індивідуальне підвищення кваліфікації.</li> </ol> <p>У професійному підвищенні кваліфікації найбільшого значення надається заходам, що пов'язані з адаптацією до підвищених вимог праці. Якщо професійну освіту переважна більшість майбутніх робітників здобуває у дуальній системі, то гарантоване професійне підвищення кваліфікації відбувається у різних освітніх сферах. Закладами, де здійснюється професійне підвищення кваліфікації, є: підприємства, школи спеціальностей для підготовки майстрів виробничого навчання, професійні школи, технічні академії, вечірні школи, система заочного навчання, навчальні курси при вищих школах, об'єднання роботодавців, навчальні курси при Федеральній службі праці та при земельних і місцевих службах праці, а також при Палатах (ремісничих, торговельних).[9]</p>	<p>Система управління післядипломною освітою будується відповідно до законів України "Про освіту", "Про вищу освіту" та поєднує централізовані та децентралізовані форми керівництва фаховим зростанням спеціалістів на рівні регіонів, областей та районів, відповідно до потреб галузей.</p> <p>Координуючим центром післядипломної освіти є Міністерство освіти і науки України, яке співпрацює у цьому напрямі з усіма галузевими міністерствами та відомствами, Академією наук України та галузевими академіями, що мають у своєму підпорядкуванні відповідні навчальні заклади та підрозділи, а також з мережею недержавних закладів післядипломної освіти.</p> <p>Заклади післядипломної освіти незалежно від їх статусу, підпорядкування і форм власності повинні забезпечувати якість освіти відповідно до вимог державних стандартів освіти. Відповідність освітніх послуг державним стандартам освіти визначається Міністерством освіти і науки України разом із засновником шляхом ліцензування, атестації, акредитації та інспектування.</p> <p>Заклади післядипломної освіти у встановленому порядку можуть створювати навчально-науково-виробничі комплекси, об'єднання, центри видавництва,</p>

		філії, базові (експериментальні) заклади освіти, навчально-консультаційні пункти тощо, входять до складу навчально-науково-виробничих комплексів.
--	--	---

Продовження табл. 1.4

1	2	3
Підвищений інтерес з боку ЗМІ	<p>В Європі засоби масової інформації беруть активну участь у висвітленні роботи компаній в рамках реалізації проєкту соціальної відповідальності:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• відбувається інформування населення про соціально-відповідальні бізнеси і кращі практики через ЗМІ;</li> <li>• запроваджується механізм соціальних та еко-лейблів, які інформують покупців про соціально відповідальну поведінку компанії;</li> <li>• інформаційні центри, закликають ЗМІ до пропаганди, обговоренню проблем, інформування читачів про кращих національних і зарубіжних практиках у галузі СВБ[10]</li> </ul>	<p>Зараз в Україні засоби масової інформації тільки починають активізуватися у сфері освітлення інформації відносно ЗМІ. Таким чином зараз в країні відбувається:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• створення єдиного порталу корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення обізнаності щодо реалізації Національної стратегії СВБ в Україні;</li> <li>• проведення державної інформаційної кампанії, в т.ч. з підтримки публікації статей та підготовки телепрограм з тематики СВБ у ЗМІ, в тому числі державних;</li> <li>• проведення періодичних конференцій з питань впровадження та результативності СВБ в Україні за підтримки державних органів влади та із залученням органів місцевої влади, місцевих громад, ЗМІ та організацій громадянського суспільства, академічних кіл;</li> </ul>
Відкрита нефінансова звітність підприємств в області СВБ	<p>На європейському просторі питаннями нефінансового звітування та принципів її просування опікується уряд ЄС. Європейським Парламентом було послідовно розроблено концептуальні та стратегічні документи у сфері корпоративної соціальної відповідальності; визначено форми співробітництва між Європейською Комісією та компаніями для поширення сталого розвитку та прийнято</p>	<p>На сьогодні в Україні соціально відповідальних компаній дуже мало, а тому цінність їхнього досвіду в цій сфері досить значна. На сучасному етапі економічного розвитку вітчизняні компанії у своїй діяльності вже розпочали складати соціальний звіт. Така звітність про соціальну та екологічну відповідальність, дають можливість проводити контроль та аналіз діяльності підприємства в сфері охорони</p>

	низку директив (Директива 2013/34/ЄС, Директива 2014/95/ЄС) і рекомендацій щодо їх застосування (Повідомлення Європейської Комісії 2017/С 215/01 Керівництво з нефінансової звітності (методологія звітності з нефінансової інформації).	навколишнього середовища та соціального забезпечення Але в більшості українських компаніях нефінансові звіти мають ряд недоліків які полягають в наданні загальної інформації без зазначення кількісних та вартісних нефінансових показників та інформації про стратегічні плани.
--	--	---

Продовження табл. 1.4

1	2	3
	Складання та опублікування нефінансової звітності є елементом системи захисту прав споживачів. Клієнти стають більш обізнаними щодо якості продукції, про виробничий процес, в результаті чого можуть зробити усвідомлений вибір, не ризикуючи втратити вкладені у продукцію кошти. Також, споживачам гарантується збереження якості продукції на належному рівні, а також відповідний сервіс як під час здійснення покупки, так і в період гарантійного обслуговування.[11]	Без такої інформації неможливо розраховувати на отримання вигоди від Таврійський державний агротехнологічний університет 210 нефінансового звітування в повному обсязі. У багатьох випадках показники що використовуються у соціальній звітності у сфері стійкого розвитку, переважно є вибірковими і несистемними, які безпосередньо не відповідають основним критеріям соціального та екологічного розвитку підприємств. Відсутня чітка стандартизована форма соціальної звітності, що ускладнює можливість порівняння між собою соціальних звітів компаній.[12]

Таким чином, вивчення світового та вітчизняного досвіду соціальної відповідальності бізнесу свідчить про великі можливості та перспективи реалізації найважливіших соціальних проєктів не тільки для національної економіки, а й для окремих компаній на ринку України. Так, можна представити, топ-5 кращих програм СВБ, що реалізуються компаніями в українській економіці.

#### 1. Carlsberg Ukraine.

Протягом останніх років в компанії існує програма сталого розвитку «Мета 4 нуля: разом до майбутнього». Мета даної програми заключається у зменшенні вуглецевого сліду виробництва до нуля та збільшенні частки

відновлюваних джерел енергії. Також в цю програму входить відповідальне споживання (безалкогольна альтернатива, боротьба зі споживанням алкоголю неповнолітнім), турбота про фізичний і психологічний стан своїх працівників та повторне використання технічної води.

## 2. PepsiCo

За підтримки благодійного фонду PepsiCo Foundation під час епідемії COVID-19 медики отримали понад 16 тисяч захисних костюмів в Миколаєві, Одесі, Києві та інших містах України, а також Одеська та Миколаївська лікарні отримали провідне медичне обладнання.

## 3. Біосфера

Основна програма СВБ націлена в цій компанії по виготовленню товарів для догляду за будинком і персональної гігієни на турботу про навколишнє середовище та допомогу дітям. Так, корпорація переробляє поліетилен і використовує у своєму виробництві ініціативу 3R (Reduce, Reuse, Recycle) та підтримує такі екоініціативи No Waste Ukraine, Let's Do It Ukraine, EcoHike та інші.

## 4. Інтерпайп

Пріоритетом компанії-виробника сталевих труб і залізничних коліс є популяризація інженерії та мехатроніки серед студентів та школярів. Щорічно в Дніпрі відбувається головне інженерне шоу країни Interpipe TechFest. Також Інтерпайп протягом останніх 3-4 років дуже активно співпрацювала з вищими навчальними закладами Дніпра та відкрила декілька лабораторій мехатроніки.

## 5. Нова Пошта

"Гуманітарна пошта України" — ключовий КСВ-проект "Нової пошти", в рамках якого компанія безкоштовно доставляє вантажі волонтерських організацій. З 2014 р. компанія доставила понад 200 тис. гуманітарних відправлень по всій Україні. У 2016 р. компанія запустила довгострокову програму співпраці з медичними установами, які проводять реабілітацію воїнів АТО. [21]

Отже, за вищевказаною інформацією можна сказати, що звітують про практику соціальної відповідальності переважно великі корпорації та компанії. Малий та середній бізнес залишається переважно осторонь цього процесу. Основними причинами, які стримують розвиток соціальної відповідальності в компаніях малого та середнього бізнесу, є дефіцит коштів, неврегульованість законодавства та відсутність заохочення з боку держави до відповідальної діяльності, несприятлива політична ситуація, високі ставки податків та складне адміністрування податків, часті зміни економічного законодавства, високий регуляторний тиск та корупція. Головною ж причиною є низький рівень обізнаності серед покупців про ті практики, які застосовують компанії.

Однак, можна побачити, що великі компанії, які активно здійснюють різні соціальні проєкти, являють собою лідерів у своїй галузі. Високі позиції серед конкурентів вказують, про високий рівень доходів. Окрім того, при введенні особливих державних програм, компанії з важливими соціальними програмами можуть отримувати податкові знижки та окреме фінансування, що матиме позитивний вплив на прибутковість.

#### 1.4. Методичні підходи планування прибутку підприємства

При створенні плану з прибутку слід пам'ятати, що ПДВ і акцизи у плані не відбиваються, оскільки вони стягуються до утворення прибутку. Планування прибутку починається після розрахунку планової собівартості виробництва та реалізації продукції з економічним елементом витрат зазвичай у квартал, оскільки планування більш тривалий період значно знижує точність планових розрахунків.

Валовий прибуток є сумою прибутку (збитку):

- від реалізації продукції;
- від основних фондів;
- від іншого майна (наприклад, виробничих запасів), і навіть включає доходи від позареалізаційних операцій.



Отже, фінансовий результат підприємства ділиться на реалізаційний і позареалізаційний.

Валовий прибуток (збиток) від реалізації продукції (робіт, послуг) визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (робіт, послуг) у вільних оптових цінах без ПДВ, акцизів та витрат на її виробництво та реалізацію.

При використанні підприємством методу визначення виручки від продукції принаймні їх оплати валовий прибуток складається з сум, що надійшли в оплату відвантаженої продукції на розрахунковий рахунок підприємства або в касу підприємства безпосередньо, а також сум, зазначених при заліку взаємних вимог.

Підприємства, що визначають виручку від реалізації продукції з моменту її відвантаження та пред'явлення покупцям розрахункових документів, відображають валовий прибуток у розмірі вартості цієї продукції, зазначеної у розрахункових документах. При цьому враховується результат від реалізації на бік продукції допоміжних та підсобних виробництв підприємства. У разі якщо підприємство не могло реалізувати продукцію за цінами вищими за собівартість через зниження її якості або споживчих властивостей (включаючи моральний знос) або якщо сформовані ціни на цю або аналогічну продукцію виявилися нижчими за її фактичну собівартість, то застосовується (для цілей оподаткування) фактична єна реалізації продукції.

Таким чином, прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід, що є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами. Підприємство отримує прибуток, якщо прибуток від продажів перевищує собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг). У загальному вигляді показник можна розрахувати так:

$$\text{Пр} = \text{ВР} - \text{С}$$

(1.1)

де Пр - прибуток від продажів;

C - собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг);

BP - виручка від продажу продукції (послуг).

Значення прибутку полягає в наступному:

- відбиває кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства за певний період;
- виконує стимулюючу функцію, що виявляється у процесі її розподілу та використання. Зміст цієї функції полягає в тому, що прибуток одночасно є фінансовим результатом та неосновним елементом фінансових ресурсів підприємства;
- є основним джерелом формування доходної частини бюджетів різних рівнів.[22]

Чистий прибуток підприємства визначається шляхом віднімання з балансового прибутку сум податку на прибуток, рентних платежів, податку на експорт та імпорт. При цьому до неї включається результат від надзвичайних обставин, розрахований як різниця між надходженнями та пов'язаними з цими обставинами витратами. При формуванні чистого прибутку враховуються операції зі сплати штрафних санкцій, пені та інших платежів, які оплачуються за рахунок прибутку, що залишається у розпорядженні організації після оподаткування. Чистий прибуток розподіляється за такими напрямками:

- формування резервних фондів;
- на виплату доходів засновникам (учасникам);
- створення фондів цільового призначення (накопичення, споживання, соціальної сфери).

Розглянемо методи формування та планування прибутку, які були обрані як найбільш ефективні (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

#### Переваги та недоліки методів формування та планування прибутку

Назва методу	Переваги	Недоліки
Метод прямого рахунку	Точність та об'єктивність.	Трудомісткість, за наявності великої номенклатури, цей метод стає неможливим

		для застосування.
Нормативний метод	Точність розрахунків, можливість планувати та прогнозувати.	Трудомісткість, не зможемо оцінити рівень цін.
Метод екстраполяції	Точність, що збільшується зі збільшенням числа рівнів динамічного ряду.	Не враховує зміну факторів, що впливають на нього. Даний метод може бути використаний лише на попередній стадії планування і тільки на відносно короткий прогнозний період.
Аналітичний метод	Дозволяє виявити вплив окремих факторів на плановий прибуток	Можливий лише за умови, якщо продукція (послуги, роботи) була виконана у минулому підзвітному періоді.
Метод суміщеного розрахунку	Точність і можливість виявити вплив окремих факторів	Оптимальний для підприємств з невеликою номенклатурою та за умови, якщо продукція (послуги, роботи) була виконана у минулому підзвітному періоді.

### 1. Метод прямого рахунку

Даний метод передбачає, що прибуток визначається як різниця між запланованою виручкою та повною собівартістю продукції в дійсних цінах з основними відрахуваннями. Метод є найбільш поширеним, і його використовують при обґрунтуванні створення нового або розширення діючого виробництва.

У цьому методі основний показник — прибуток від продукції, що розраховується з окремих видів господарської діяльності. Розрахунок здійснюється за основною формулою знаходження прибутку:

$$П = \text{Виручка} - СВ - \text{Податки (ПДВ, акциз)} \quad (1.2)$$

де П – прибуток від реалізації продукції;

СВ – собівартість.

Такий підхід обумовлений тим, що деякі види діяльності не оподатковуються на прибуток і додаткову вартість або мають відсоток розрахунку. Тому метод дозволяє точно та об'єктивно визначити прибуток підприємства.

Переваги: точність та об'єктивність.

Недоліки: трудомісткість, за наявності великої номенклатури, цей метод стає неможливим для застосування.

Метод прямого рахунку передбачає визначення прибутку за товарним випуском та за обсягом реалізованої продукції підприємством. Так, прибуток за товарним випуском ( $\Pi_{\text{тв}}$ ) планується на основі кошторису витрат на виробництво та реалізацію продукції, в якій визначається собівартість товарного випуску запланованого періоду:

$$\Pi_{\text{тв}} = \Pi_{\text{тв}} - C_{\text{тв}} \quad (1.3)$$

де  $\Pi_{\text{тв}}$  - вартість товарного випуску запланованого періоду в діючих цінах реалізації (без ПДВ, акцизів, торгових та збутових знижок);

$C_{\text{тв}}$  - повна собівартість запланованого періоду.

Слід також розрізняти плановий розмір прибутку розрахунку товарний випуск від прибутку, планованої обсяг реалізованої продукції. Прибуток на реалізовану продукцію ( $\Pi_{\text{рп}}$ ) у загальному вигляді розраховується за формулою:

$$\Pi_{\text{рп}} = V_{\text{рп}} - C_{\text{рп}} \quad (1.4)$$

де  $V_{\text{рп}}$  - планована виручка від реалізації продукції в діючих цінах (без ПДВ, акцизів, торгових та збутових знижок);

$C_{\text{рп}}$  - повна собівартість продукції, що реалізується в планованому періоді.

Більш детально від обсягу продукції, що реалізується, в плановому періоді прибуток на реалізовану продукцію визначається за формулою:

$$\Pi_{\text{пр}} = \Pi_{\text{зн}} + \Pi_{\text{тп}} - \Pi_{\text{зк}} \quad (1.5)$$

де  $\Pi_{\text{зн}}$  - сума прибутку залишків нереалізованої продукції на початок планового періоду;

$\Pi_{\text{тп}}$  - прибуток від обсягу випуску товарної продукції в плановому періоді;

$\Pi_{\text{зк}}$  — прибуток від залишків продукції, що не реалізується, в кінці планового періоду.

Дана методика розрахунків застосовна для укрупненого прямого методу планування прибутку, коли легко визначити обсяг продукції, що реалізується в цінах і за собівартістю.

## 2. Нормативний метод

Цей метод передбачає формування прибутку з урахуванням системи різноманітних нормативів, як-от норма прибутку на власний капітал, норма прибутку на активи підприємства, норма прибутку на одиницю реалізованої продукції тощо.

Переваги: точність розрахунків, можливість планувати та прогнозувати.

Недоліки: трудомісткість, не зможемо оцінити рівень цін (можливий лише за стабільного виробництва).

## 3. Метод екстраполяції

Метод є аналіз динаміки за кілька років, виявлення загальних тенденцій у формуванні прибутку і прогноз її на новий плановий період. Він заснований на результатах трендового аналізу динаміки маржинального, валового та чистого операційного прибутку за ряд попередніх періодів і полягає у виявленні «лінії тренда», яка дає змогу спрогнозувати обсяги даних показників.

Цей метод ефективний для обґрунтування техніко-економічного плану чи проекту.

## 4. Аналітичний метод

Метод передбачає використання багатofакторних економічних моделей при формуванні та плануванні прибутку промислового підприємства. У найпростішому варіанті метод зводиться до встановлення прибутку попереднього періоду (аналіз), визначення його долі в загальному валовому доході підприємства та на одиницю реалізованої продукції. Внаслідок цього шляхом коригування з урахуванням зміни обсягів виробництва встановлюється плановий прибуток підприємства.

Аналітичний метод заснований на побудові багатofакторних моделей та враховує вплив різних факторів на результати діяльності підприємства. Метод може мати графічну інтерпретацію як графіків рентабельності, дозволяють

визначити точку беззбитковості підприємства. Алгоритм визначення прибутку при цьому методі наступний:

1-й етап - аналізується отриманий прибуток підприємства за звітний період;

2-й етап - визначається планова зміна обсягів виробництва;

3-й етап - встановлюється частка прибутку у загальному обсязі отриманих доходів;

4-й етап - визначається запланований прибуток як добуток запланованих доходів частки прибутку з урахуванням зміни обсягів виробництва.

5. Метод суміщеного розрахунку

Цей метод передбачає синтез двох методів: прямого рахунку та аналітичного розрахунку прибутку підприємства. [23]

1.5. Особливості ведення та планування діяльності підприємства та його прибутку в умовах форс-мажору

Форс-мажор – це подія чи обставина, яка звільняє від несення відповідальності сторони, що уклали між собою угоду. Форс-мажором може бути стихійне лихо, епідемія, військові дії, техногенні катастрофи та ін. [24]

Для розуміння застосування терміну «форс-мажор» необхідно розуміти, які є категорії непереборної сили, на які можливо опиратися при апелюванні.

За терміном дії:

- Короткострокові – ті, які теоретично, або завчасно встановлено, мають певні рамки тривалості: наприклад, перекриття трас, повені, буревії та ін.;

- Довгострокові – на не визначений, або завчасно встановлений тривалий період: війна, обмеження на експорт/імпорт та ін.

Категорії форс-мажорних обставин:

- рішення органів державної влади, які перешкоджають виконанню контрактів –валютні обмеження, ембарго на експорт, інше;

- непередбачене зупинення виробництва (саботаж або страйки);
- стихійне лихо;
- епідемія;
- пожежа;
- війна.

Форс-мажорними обставинами не рахуються обставини, які не є надзвичайною ситуацією:

- Фінансова й економічна криза
- Відсутність сировини на ринку, необхідної для виробничого процесу
- Зростання курсів іноземної валюти по відношенню до національної
- Дефолт
- Порушення обов'язків контрагентом боржника

Торгово-промислова палата України та 25 регіональних торгово-промислових палат (24 обласних та м. Київ) законодавством визначена як компетентний орган щодо засвідчення обставин непереборної сили.

Відповідно до ч.2 ст.14-1 Закону про ТПП та п.3.1 Регламенту ТПП [25] форс-мажорними обставинами (обставинами непереборної сили) є надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливають виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами.

Порядок дій, за якими зацікавлена у форс-мажорі сторона має діяти:

- Повідомлення про неможливість виконання обов'язків заздалегідь та чіткі терміни, коли саме необхідно повідомити
- Організація, яка встановить форс-мажорну обставину
- Термін дії форс-мажорних обставин, протягом якого дія договору залишається в силі.
- Форс-мажорні обставини та інші обов'язки визначаються загальними нормами законодавчих актів за умови, якщо вони не передбачені договором.

28.02.2022 ТПП розмістила лист, яким визнала військову агресію Російської Федерації проти України форс-мажорними обставинами з 24.02.2022. Через надзвичайно складну ситуацію ТПП спростила процедуру засвідчення форс-мажорних обставин. [27]

Прикладом невиконання договірних зобов'язань через форс-мажор може слугувати неможливість здійснити постачання територією України внаслідок руйнування доріг та безперервних обстрілів. Проте, якщо постачання мало здійснюватися в регіонах, де бойові дії не велися, і була можливість безпечного транспортування, посилаючись на форс-мажор буде неможливо.

Задля спрощення процедури засвідчення форс-мажорних обставин, вказаний лист ТПП слід вважати загальним офіційним листом щодо засвідчення форс-мажорних обставин, і його можна роздрукувати як відповідне підтвердження. Таким чином не потрібно отримувати індивідуальний сертифікат.

Для бізнесу Кабінет Міністрів впровадив велику кількість інновацій, що спрощують процес ведення бізнесу в умовах воєнного стану (Рис. 1.6.).



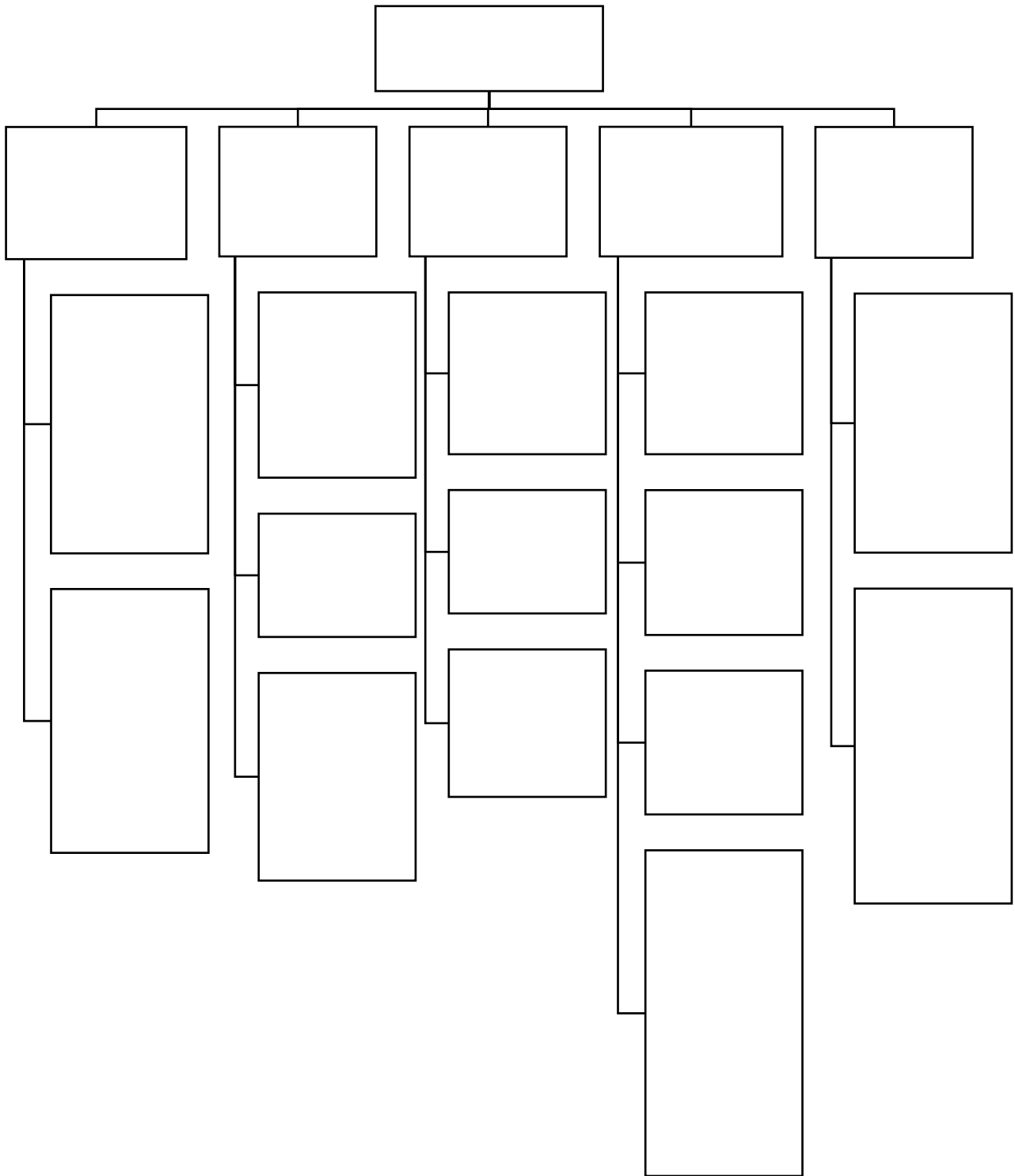


Рис. 1.6. Нововведення для бізнесу в законодавстві України під час воєнного стану

Отже, подібні нововведення мають вплив як і на діючі бізнеси, так і нові. Ряд переваг, які отримує діючий бізнес полягає в тому, що:

1. Відбувається зменшення податкових відрахувань, що полегшує ведення бізнесу за умови скорочення прибутку під час війни.

2. Здійснюється лібералізація трудових відносин, що звільняє від відповідальності за порушення строків виплати заробітної плати за умови, що підприємство не має можливості її виплачувати через військові події.

3. Не накладаються штрафні санкції через порушення податкового законодавства.

Для нового бізнесу подібні нововведення слугують таким чином:

1. Спрощена процедура оформлення документів для відкриття нового підприємства

2. Митні зміни дозволяють легше співпрацювати з іноземними компаніями для закупівлі продуктів харчування або тютюнових виробів.

3. Відсутність обмеження кількості працівників допомагає власнику підприємства самому визначати необхідну кількість та оптимізувати роботу.

## Висновки до розділу 1

В результаті проведення дослідження було зроблено наступні висновки.

Прибуток підприємства являє собою головну мету підприємницької діяльності та є головним критерієм ефективності діяльності та базою для економічного розвитку на підприємстві.

Прибуток виконує стимулюючу, облікову та розподільчу функції. Також на прибуток впливають внутрішні та зовнішні фактори. Внутрішні залежать від самого підприємства і включають в себе такі пункти як основні засоби, комерційну діяльність, матеріальні та трудові ресурси. Конкурентність, цінова політика та законодавство являються прикладами зовнішнього впливу.

Не менш важливий вплив на формування прибутку має соціальна відповідальність, оскільки вона підвищує позицію компанії на ринку за рахунок лояльності працівників та впізнаваності серед клієнтів. І це має прямий вплив за збільшення прибутку.

Також було розглянуто методичні підходи до планування прибутку, виділено переваги та недоліки кожного з методів та встановлено порядок розрахунків.

Особливу увагу привернуто веденню та планування діяльності підприємства та його прибутку під час форс-мажорних обставин. Можна сказати, що в Україні введено велику кількість інновацій для роботи в непередбачуваних обставинах як діючому бізнесу, так і новому, що дає можливість залучати більшу кількість працівників та поповнювати державний бюджет.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «САНДОРА»

#### 2.1. Організаційна характеристика ТОВ «САНДОРА»

ТОВ «САНДОРА» - українська компанія з виробництва соків, нектарів, соковмісних продуктів, газованих напоїв та снєків. З 2007 року входить до складу PepsiCo.

Джерелом формування майна товариства є грошові та майнові внески учасників; доходи від реалізації продукції, послуг, і інших видів господарської діяльності; доходи від цінних паперів; кредити банків, та інше. Головна мета, з якою було створено товариство, – отримання прибутку шляхом найбільш повного задоволення потреб громадян, підприємств у товарах та послугах, які надає Товариство.

Обсяг статутного капіталу (грн.): 2 008 573 131,66.

Статутна інформація: Діє на підставі установчих документів, затверджених засновниками (учасниками).

Основний напрямок діяльності:

10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків.

Додаткові напрямки діяльності:

10.31 Перероблення та консервування картоплі

10.39 Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів

10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання

10.86 Виробництво дитячого харчування та дієтичних харчових продуктів

10.89 Виробництво інших харчових продуктів, н.в.і.у.

11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

## 64.91 Фінансовий лізинг [28]

Торгові марки:

- Соки й нектари: «Sandora», Sandora Essentials, «Sandora. Овочевий коктейль», Sandora FRUTZ, Sandor Фрукти Цілі, «Сандорик», «Садочок», «Садочок. Соки прямого віджиму».
- Напої: Pepsi, Pepsi MAX, Pepsi Wild Cherry, Pepsi Lime, Pepsi Mango, Pepsi Pineapple-Peach, Pepsi Raspberry (ексклюзивно в АТБ), Pepsi Pina Colada, Pepsi Mojito, Pepsi Light (припинено), Pepsi Twist (припинено), Pepsi Ginger (припинено), Pepsi Vanilla (ексклюзивно в АТБ; припинено), 7UP, Mirinda, Mountain Dew (імпортер), Lipton Ice Tea, «Єсентуки» (імпортер), «Аква Мінерале лайф» (імпортер), Evervess (імпортер).
- Снеки: сухарики «Хрустем», чипси Lay's, кукурудзяні чипси Cheetos (імпортер), чипси Doritos (імпортер).

Оскільки ТОВ «САНДОРА» є одним з лідерів ринку, слід проаналізувати позицію компанії порівняно з іншими підприємствами. Основними конкурентами виступають такі компанії як ТОВ «Садочок», ТОВ «Наш Сік», ТОВ «Galicia», ТОВ «Jaffa» та ТОВ «Rich».

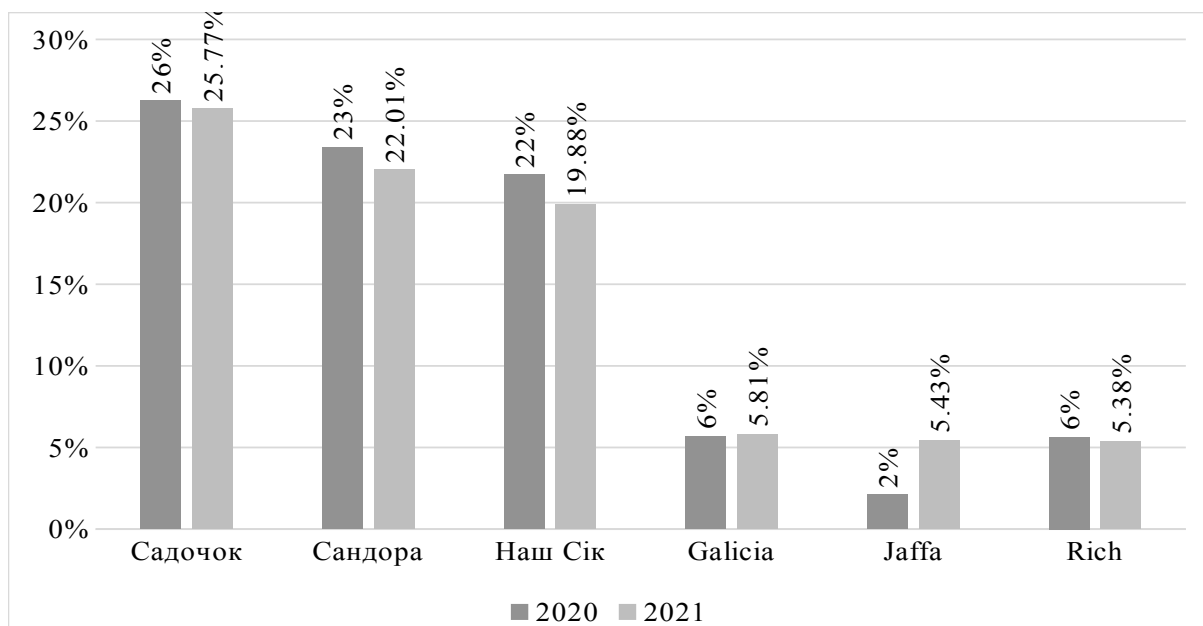


Рис. 2.1. Рейтинг компаній-виробників соків та соковмісних напоїв за продажами у грн. у 2020-2021 рр.

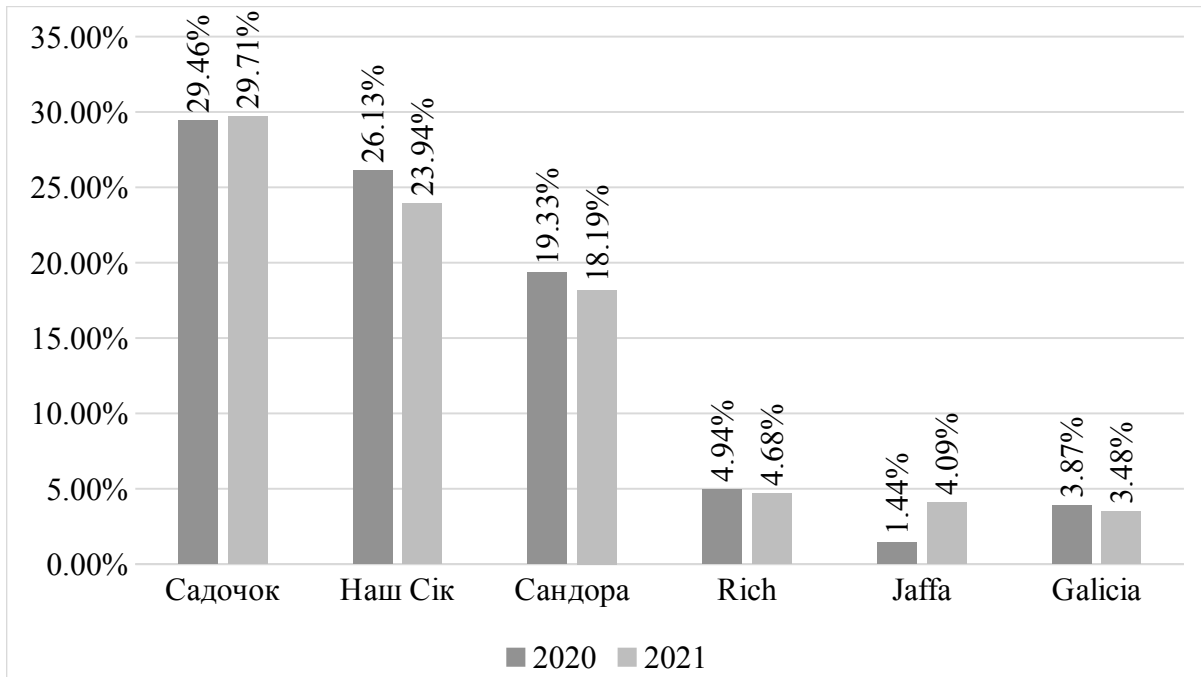


Рис. 2.2. Рейтинг компаній-виробників соків та соковмісних напоїв за продажами у л. у 2020-2021 рр.

Топ-3 лідерів ринку – ТОВ «Садочок», ТОВ «САНДОРА» та ТОВ «Наш Сік» - займають близько 70% від усього ринку як у натуральному, так і в грошовому вираженні, тобто можна сказати, що ТОВ «САНДОРА» має неабиякий вплив на галузь і задає основні тенденції ринку.

## 2.2. Аналіз основних показників фінансового стану ТОВ «САНДОРА»

Для ефективного формування та використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА» потрібно оцінити ефективність формування і використання ресурсів. Слід оцінити терміни та обсяги вкладених фінансових ресурсів й отриманого прибутку.

Достатній розмір фінансових ресурсів забезпечує: фінансову стійкість, платоспроможність, стабілізацію обсягів виробництва, а також можливість його розширення, достатній рівень забезпечення організації матеріальними ресурсами, а, отже, здатність в процесі виробництва відшкодувати авансовані фінансові ресурси в обсягах, що не будуть поступатися використаним [29].

До числа найважливіших показників, що характеризують джерела формування фінансових ресурсів, насамперед відносять: величина, структура і вартість усіх джерел капіталу й окремих його складових.

Аналізуючи використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА», акцентуємо увагу на структурі та складі джерел формування фінансових ресурсів. Проведемо аналіз складу капіталу ТОВ «САНДОРА» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

## Склад капіталу ТОВ «САНДОРА»

Найменування статті	Роки			Абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2020-2019	2021-2020
Зареєстрований (пайовий) капітал	719 990	986 277	2 008 573	266 287	1 022 296
Поточні зобов'язання	2 414 977	3 077 826	2 575 163	662 849	-502 663
Довгострокові зобов'язання	2 769 745	2 394 133	2 837 043	-375 612	442 910

На рис. 2.3 графічно зображено динаміку складу капіталу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр. Власний капітал протягом трьох років збільшувався. У 2020 він зріс на 266 287 грн, а у 2021 склав 2 008 573 грн, що на 1 022 296 грн більше за 2019-ий рік. Тенденції змін у поточних і довгострокових зобов'язаннях дещо нестабільні. Так, у 2020-му році поточні зобов'язання перевищили на 662 849 грн показники 2019-го року, та зменшились на 502 663 грн у 2021-му. Довгострокові зобов'язання з 2 769 745 грн у 2019-му зменшились до 2 394 133 грн у 2020-му, а потім знов зросли до 2 837 043 грн.

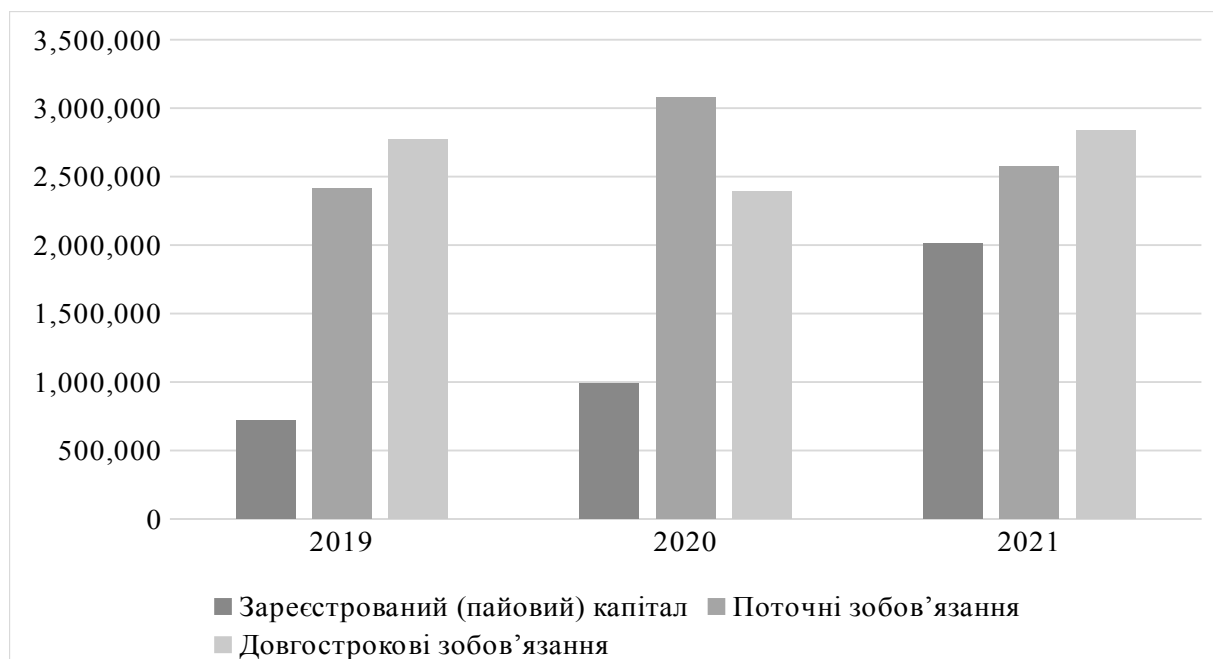


Рис. 2.3. Динаміка складу капіталу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Наступним етапом буде аналіз структури капіталу ТОВ «САНДОРА», графічне зображення якого представлено на рис. 2.4.

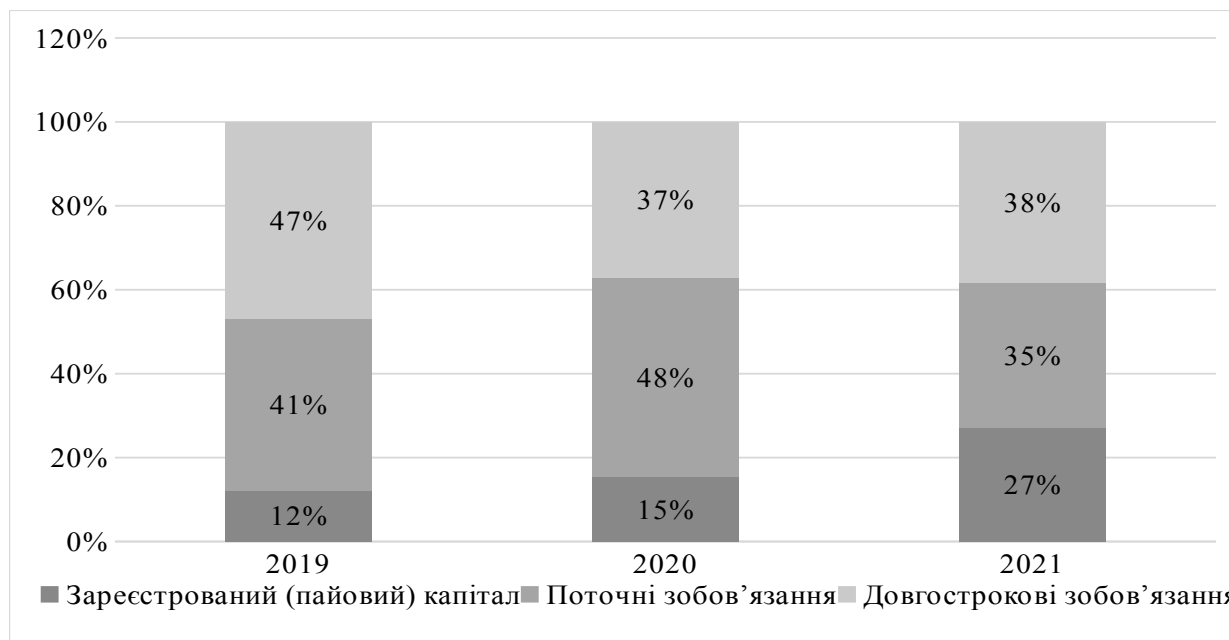


Рис. 2.4. Динаміка зміни структури джерел формування фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.



Як видно з наведеної діаграми (рис 2.4), майже половину пасивів ТОВ «САНДОРА» у 2019-му році склали довгострокові зобов'язання, однак у 2020-му та 2021-му році відсотки знизились до рівня 37% та 38% відповідно. Короткострокові (поточні) зобов'язання навпаки виросли з 41% до 48% у 2020-му році, а у 2021-му трошки зменшились до 35%. Збільшення короткострокових зобов'язань та зменшення довгострокових має негативну тенденцію.

Також власний капітал збільшився за рахунок збільшення зареєстрованого капіталу майже вдвічі з 2019 по 2021 роки. Так, у 2019-му році капітал складав лише 12%, однак у 2021-му він досяг рівня 27%.

Аналізуючи використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА», проведемо аналіз складу активів та аналіз зміни частки оборотних активів в структурі балансу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2022 рр. (табл. 2.2 та рис. 2.5-2.6).

Таблиця 2.2

## Склад активів ТОВ «САНДОРА»

Найменування статті	Роки			Абсолютне відхилення	
	2019	2020	2021	2020-2019	2021-2020
<b>I. НЕОБОРОТНІ АКТИВИ</b>					
Нематеріальні активи	1 760	1 250	647	-510	-603
Первісна вартість	10 076	2 587	2 566	-7 489	-21
Накопичена амортизація	-8 316	-1 337	-1 919	6 979	-582
Незавершені капітальні інвестиції	339 310	200 936	72 598	-138 374	-128 338
Основні засоби	1 014 912	2 212 188	2 277 544	1 197 276	65 356
Відстрочені податкові активи	310 183	170 640	191 383	-139 543	20 743
Інші необоротні активи	47 310	80 590	106 933	33 280	26 343
Усього за розділом I	1 713 475	2 665 604	2 649 105	952 129	-16 499
<b>II. ОБОРОТНІ АКТИВИ</b>					
Запаси	733 820	735 213	1 047 922	1 393	312 709
Дебіторська заборгованість	1 332 365	1 559 040	1 766 341	226 675	207 301
Гроші та їх еквіваленти	107 625	47 699	319 293	-59 926	271 594
Витрати майбутніх періодів	6 219	6 664	4 871	445	-1 793

Інші оборотні активи	39 103	57 215	66 375	18 112	9 160
Усього за розділом II	2 211 207	2 405 831	3 204 802	194 624	798 971

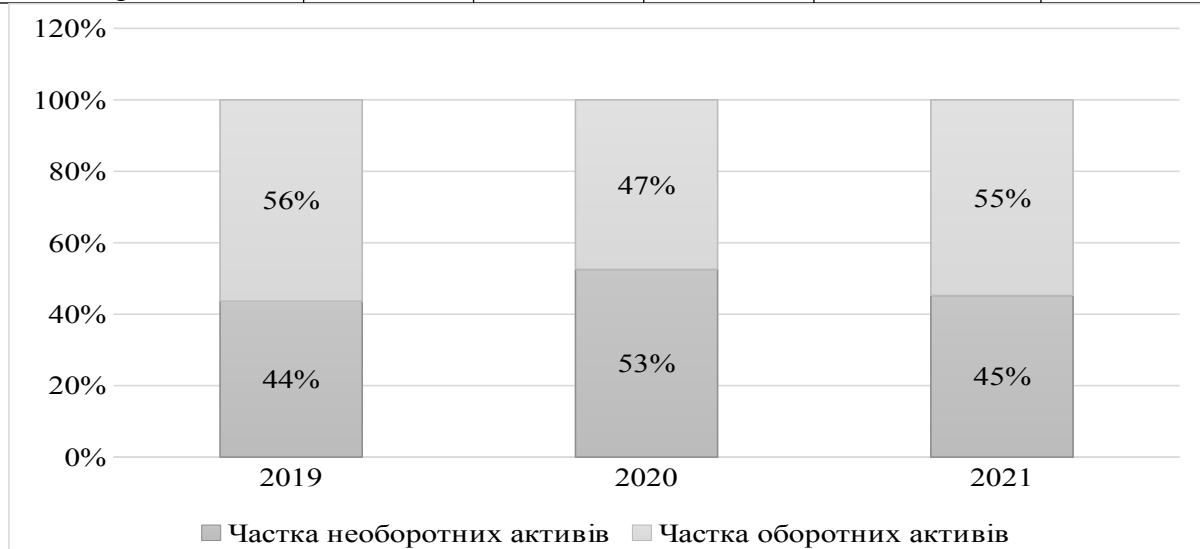


Рис. 2.6. Динаміка зміни частки оборотних активів в структурі балансу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Частка оборотних активів ТОВ «САНДОРА» протягом 3-х років майже завжди перевищує 50% та має середнє значення 53%, Це свідчить про розширення виробництва або розвитку товарообігу, збільшення виробничого потенціалу. Однак великий відсоток дебіторської заборгованості свідчить про проблеми у роботі з підрядниками. Також у підприємства є великі об'єми запасів, що вказує на нераціональне використання ресурсів.

Ефективне використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА» викликає потребу оцінки ефективності використання ресурсів. Важливо оцінити терміни та обсяги вкладених фінансових ресурсів отриманого прибутку. Ефективність діяльності підприємства ТОВ «САНДОРА» визначається обсягом отриманого прибутку, що є головним показником фінансових результатів діяльності підприємства. Від даного показника в значній мірі залежить якість використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА». Показники діяльності підприємства ґрунтуються за видами діяльності і надаються у Формі №2 «Звіт про фінансові результати», який є найбільш інформативним документом фінансової звітності [3].

При аналізі фінансових результатів ТОВ «САНДОРА» оцінюється динаміка показників прибутку, витрат та рентабельності підприємства (табл. 2.3-2.4).

Аналізуючи темп зростання чистого доходу від реалізації продукції в 2021 році, можна сказати, що чистий дохід майже не змінився, різниця склала 0,59% у меншу сторону. В той же час собівартість реалізованої продукції зменшилась на 1,5%, що свідчить про оптимізацію витрат, таким чином валовий прибуток збільшився на 50 733 грн, що складає 101,61% від показників 2020 року. Також протягом року фінансові витрати збільшились на 122,32%, що разом з іншими показниками свідчить про збитковість компанії від фінансової діяльності.

Таблиця 2.3

## Аналіз динаміки фінансових результатів ТОВ «САНДОРА»

Найменування статей	Код рядка	Тис. грн.		Зміна (+,-)		
		2020 р.	2021 р.	в абсолютних величинах	в %	темпи зростання, %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	10 404	10 342	-62 456	-0,59	99,48
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 239)	(7 127)	-113 189	-1,55	98,45
Валовий прибуток	2090	3 164	3 215	50 733	1,61	101,61
Інші операційні доходи	2120	5	7	1 594	1,4	140
Адміністративні витрати	2130	(251)	(325)	73 776	29,48	129,48
Витрати на збут	2150	(2 251)	(2 322)	71 149	3,15	103,15
Інші операційні витрати	2180	(52)	(14)	37 988	-73,07	26,92
Фінансові результати від операційної діяльності	2190	615	561	-54 610	-8,7	91,22
Інші доходи	2240	499	9	-494 431	-98,19	1,8
Фінансові витрати	2250	(345)	(767)	-423 008	122,32	222,32
Інші витрати	2270	(44)	(91)	-46 667	106,81	206,81
Фінансові результати до оподаткування	2290	733	-	-	-	-

Прибуток						
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(139)	(18)	121 131	-87,05	12,95
Чистий фінансовий результат. Прибуток	2350	593	-	-	-	-

У таблиці 2.4 представлено постатейний аналіз витрат ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Таблиця 2.4

## Постатейний аналіз витрат ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Відхилення, рр.	
	2019	2020	2021	2020-2019	2021-2020
Матеріальні затрати	9 785 616	9 988 229	9 969 189	202 613	-19 040
Витрати на оплату праці	468 073	610 448	700 093	142 375	89 645
Відрахування на соціальні заходи	111 132	147 128	174 387	35 996	25 259
Інші операційні витрати	882 156	1 136 783	1 236 895	254 627	100 112

Проаналізувавши показники операційних витрат, представлених у Звіті про фінансові результати підприємства, можна зробити висновки про збільшення всіх витрат у 2020 році порівняно з 2019 та в 2021 порівняно з 2020 роком, що є негативним фактором для ТОВ «САНДОРА».

Співвідношення та динаміку витрат показано на рисунку 2.7.

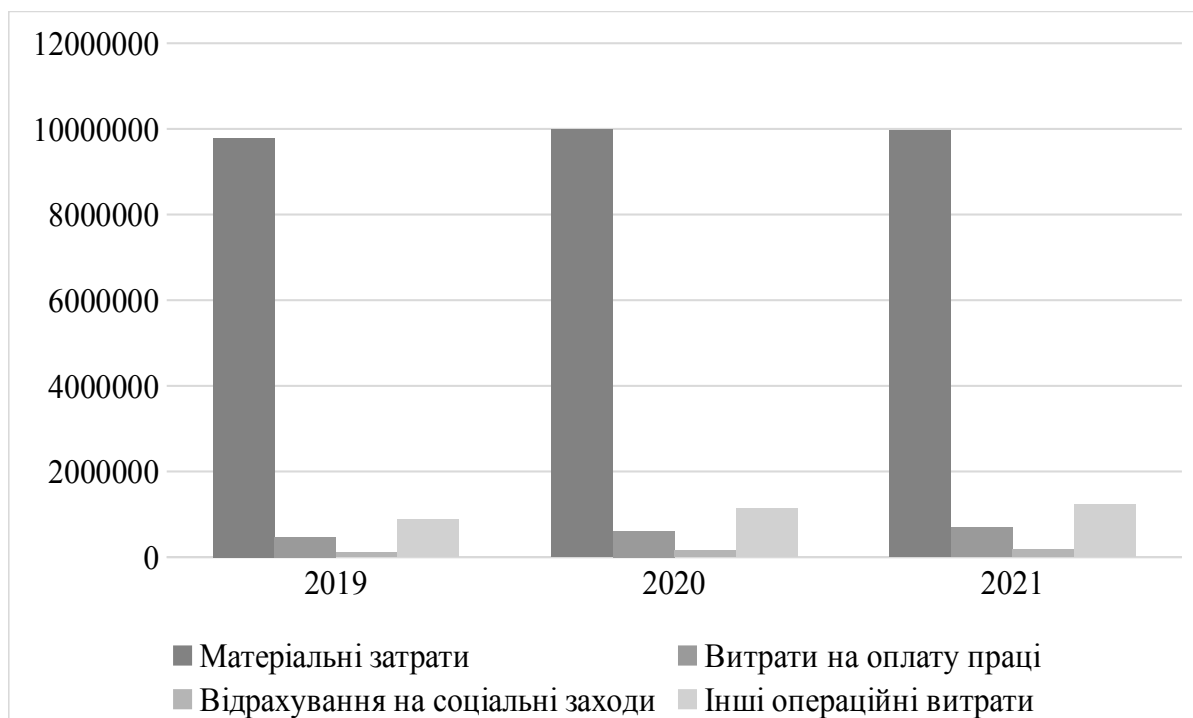


Рис. 2.7. Динаміка витрат ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Проаналізувавши динаміку витрат ТОВ «САНДОРА», можна зробити висновок, що найбільша частка приходить на матеріальні витрати, які в середньому складають 87%. Однак у 2021-му році матеріальні затрати зменшились на 19 040 грн і склали 9 969 189 грн проти 9 988 229 грн у 2020-му. Всі інші статті вирости, так протягом 2019-2021 років витрати на оплату праці збільшились на 232 020 грн, тобто на 49,57% у порівнянні з першим підзвітним роком. В той час відрахування на соціальні заходи зросли на 32% та на 18% у 2020-му та 2021-му роках відповідно. Інші операційні витрати протягом трьох років склали близька 10%.

### 2.3. Аналіз формування та використання прибутку підприємства

Аналіз ділової активності полягає у дослідженні рівнів і динаміки різноманітних фінансових коефіцієнтів – показників оборотності.

Показники ділової активності дозволяють оцінити ефективність використання власних засобів підприємством і виражаються в оцінці оборотності активів підприємства [4].

Розрахуємо показники, що характеризують ділову активність ТОВ «САНДОРА» (табл. 2.5-2.6 та рис. 2.8-2.9).

Таблиця 2.5

## Розрахунок показників ділової активності підприємства

Показник	Формула розрахунку
1	2
Коефіцієнт оборотності активів	$КА = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Середня вартість активів}}$
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$КОА = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Оборотні активи (п.п.+з.п)} * 0,5}$
Коефіцієнт оборотності запасів	$КЗ = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Середні запаси}}$
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$КДЗ = \frac{\text{Чистая виручка від реалізації}}{\text{Середня вартість чистої дебіт. заборгованості}}$
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$ККЗ = \frac{\text{Собівартість реаліз. продукції}}{\text{Середня вартість чистої кредит. заборгованості}}$

Продовження табл. 2.5

1	2
Коефіцієнт завантаженості активів	$КЗА = \frac{\text{Активи (п.п.+з.п)} * 0,5}{\text{Чиста виручка від реалізації}}$
Коефіцієнт завантаженості активів в обороті	$КЗА_0 = \frac{\text{Оборотні активи (п.п.+з.в)} * 0,5}{\text{Чиста виручка від реалізації}}$
Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	$КЗКв = \frac{\text{Власний капітал (п.п.+з.п)} * 0,5}{\text{Чиста виручка від реалізації}}$
Коефіцієнт покриття	$КП = \frac{\text{Поточні зобов'язання та забезпечення}}{\text{Оборотні активи}}$
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$КШЛ = \frac{(\text{Поточні зобов'язання} + \text{Запаси})}{\text{Оборотні активи}}$
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$КАЛ = \frac{\text{Гроші та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов'язання}}$

Таблиця 2.6

Аналіз ділової активності ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Показник	Нормативне значення	Роки			Абсолютне відхилення	
		2019	2020	2021	2020-2019	2020-2021
1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт оборотності активів (ресурсовіддача)	Збільшення	2,73	2,31	1,89	-0,41	-0,42
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	Збільшення	4,58	2,3	1,9	-2,28	-0,40
Коефіцієнт оборотності запасів	Збільшення	10,21	9,7	8,12	-0,51	-1,58
Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках(дебіторської заборгованості)	Збільшення	13,56	7,15	6,22	-6,41	-0,93
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Збільшення	8,61	3,36	3,06	-5,25	-0,30
Коефіцієнт завантаженості активів	Збільшення	0,37	0,43	0,53	0,07	0,10
Коефіцієнт завантаженості активів в обороті	Збільшення	0,21	0,22	0,27	0,02	0,05
Коефіцієнт завантаженості власного капіталу	Збільшення	0,078	0,080	0,002	0,00	-0,08
Коефіцієнт покриття	> 1	1,09	1,28	0,80	0,187	-0,476

Продовження табл. 2.5

1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 1	0,76	0,97	0,48	0,213	-0,497
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,04	0,02	0,12	-0,029	0,108

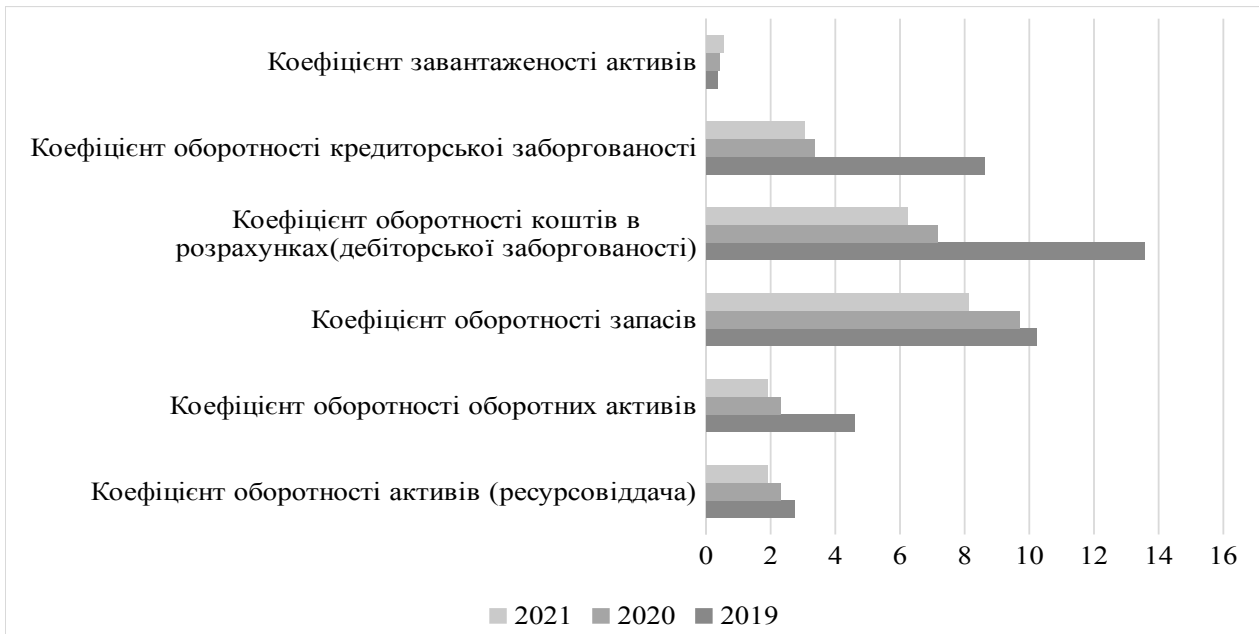


Рис. 2.8. Динаміка показників ділової активності ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

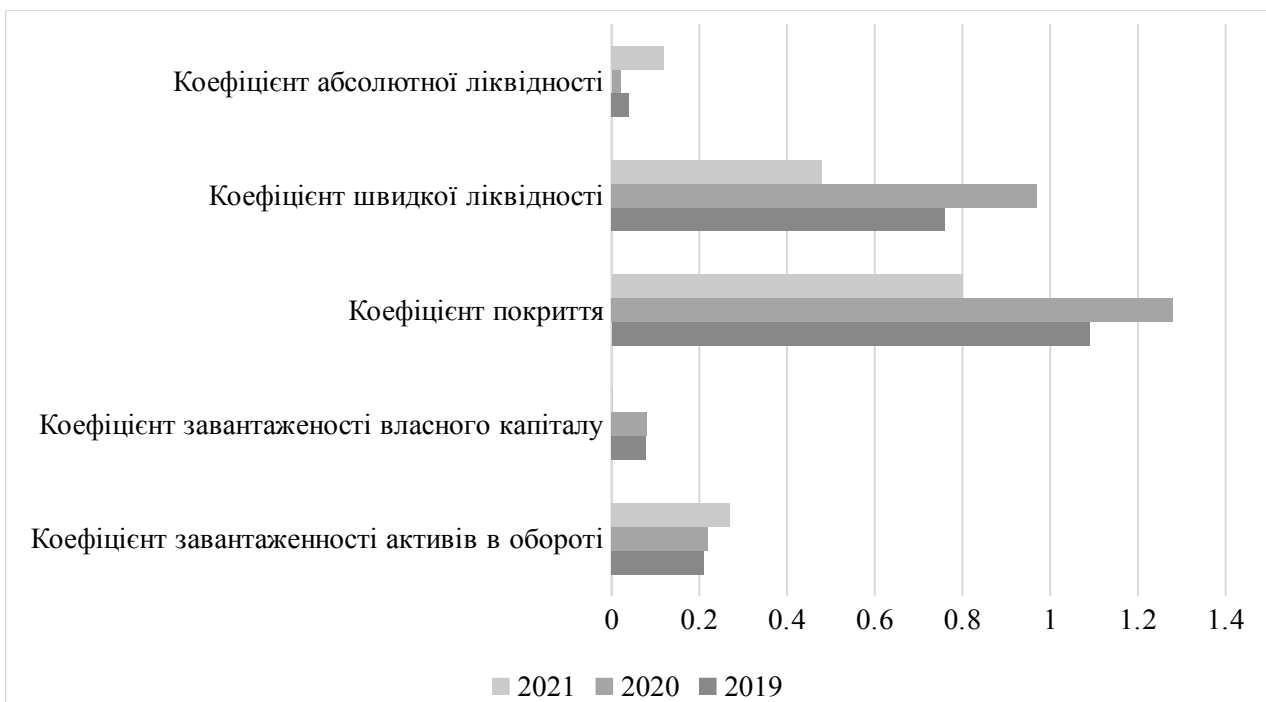


Рис. 2.9. Динаміка показників ділової активності ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Аналіз ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства. Аналіз здійснюється за допомогою коефіцієнтів оборотності.



1. Коефіцієнт оборотності активів – є узагальнюючим показником оборотності і характеризує швидкість обороту всього майна підприємства за балансом. Тобто, в 2020 році капітал, вкладений в активи підприємства, обернувся 2,31 разів та в 2021 році – 1,89 разів.

2. Коефіцієнт оборотності оборотних активів використовують для порівняння швидкості обороту коштів різних підприємств як однієї галузі, так і різних галузей господарства. Це означає, що оборотні кошти протягом року зробили у 2020 році 2,3 оборотів, а у 2021 році 1,9 оборотів.

3. Коефіцієнт оборотності запасів дає можливість встановити швидкість обороту запасів для забезпечення виконання завдання з продажу (реалізації) готової продукції (товарів, робіт, послуг). Чим більше значення цього коефіцієнта, тим вищий рівень оборотності запасів, що позитивно відображається на забезпеченні обсягу реалізації продукції. Розділивши кількість днів звітного періоду (року чи кварталу) на коефіцієнт оборотності запасів, одержимо кількість днів, необхідну на один оборот запасів. За даними підприємства, що аналізується, цей показник дорівнює 37 дням у 2020 році ( $365:9,7$ ) та 45 дням в 2018 році ( $365:8,12$ ). Звідси випливає, що для забезпечення поточного рівня реалізації продукції поповнення запасів слід зробити через 37 та 45 днів відповідно.

4. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує, скільки оборотів здійснено за рік коштами, вкладеними до розрахунків. У даному випадку чим більша кількість оборотів, тим швидше підприємство отримує кошти від своїх боржників (дебіторів). За допомогою цього показника можна розрахувати так званий період інкасації, тобто час, протягом якого дебіторська заборгованість обернеться на грошові кошти. Тобто, очікування підприємством одержання грошей від дебіторів, становитиме 51 день в 2020 році ( $365 :7,15$ ) та 58 днів в 2021 році ( $365:6,22$ ). Отже, період інкасації великий, це свідчить про неповернення дебіторської заборгованості, що негативно впливає на результати фінансової діяльності підприємства.

5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості розраховується як відношення чистої виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньорічної величини кредиторської заборгованості і показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству. У 2020 році середня кількість днів для оплати рахунків кредиторів складає 108 днів та в 2021 - 119 днів.

6. Коефіцієнт завантаженості активів показує вартість майна, що припадає на 1 гривню продажу. Збільшення коефіцієнта свідчить про зниження ефективності використання активів.

7. Коефіцієнт завантаженості активів в обороті показує вартість оборотних активів на гривню продажу. На підприємстві, що аналізується, дані коефіцієнти дорівнюють 0,22 та 0,27 відповідно у 2020 та 2021 роках.

8. Коефіцієнт завантаженості власного капіталу вказує на суму власних джерел фінансування підприємства на гривню продажу. Розмір власного капіталу на підприємстві незначний, тому маємо наступні показники коефіцієнту завантаженості власного капіталу – 0,080 та 0,002 відповідно в 2020 та 2021 роках.

9. Коефіцієнт покриття визначається співвідношенням усіх поточних активів (за вирахуванням витрат майбутніх періодів) до короткострокових зобов'язань і характеризує достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом року. Якщо показник перевищує 1, то це свідчить про здатність підприємства погашати свої боргові зобов'язання. Так, у 2019 році цей показник склав 1,09, у 2020 – 1,28 та у 2021 – 0,80. Це свідчить про невеликі проблеми з погашенням боргів.

10. Коефіцієнт швидкої ліквідності дорівнює відношенню високоліквідних поточних активів до короткострокових зобов'язань (поточних пасивів). Коефіцієнт швидкої ліквідності є індикатором можливості погасити поточні зобов'язання під час виникнення критичної ситуації. На підприємстві він склав 0,76, 0,97 та 0,48 у 2019, 2020 та 2021 роках відповідно. З цих даних

можна визначити, що у критичній ситуації підприємство не зможе у повному обсязі покрити витрати.

11. Коефіцієнт абсолютної ліквідності відображає здатність покривати короткострокові боргові зобов'язання наявними і короткостроковими фінансовими вкладеннями. Розраховується як відношення високоліквідних поточних активів до короткострокових зобов'язань (поточних пасивів). Протягом трьох років цей показник був на низькому рівні і складав 0,04, 0,02 та 0,12.

Аналізуючи ефективність використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА» доцільно дослідити співвідношення темпів зростання прибутку, темпів зростання РП, темпів зростання ВК та темпів зростання авансованого капіталу, економічний зміст якого полягає в тому, що підприємство повинно забезпечувати нарощування економічного і виробничого потенціалу (тобто підприємство повинно розвиватися), але при цьому темпи росту обсягів реалізації продукції, робіт, послуг повинні перевищувати відповідно темпи зростання власного та авансованого капіталу.

Це забезпечить ефективне використання фінансових ресурсів підприємств, а темпи росту балансового прибутку повинні випереджати темпи росту обсягів реалізації продукції, що сприятиме відносній економії витрат виробництва та обігу.

У таблиці 2.7 представлено темпи росту основних показників (обсягів реалізованої продукції (послуг), прибутку від операційної діяльності, активів підприємства, власного капіталу) у відсотків до попереднього року ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр. та на рис. 2.9 графічно наведено динаміку цих показників.

Таблиця 2.7

Темпи росту основних показників (відсотків до попереднього року)

## ТОВ «САНДОРА» за 2020-2021 рр.

Показники	Роки	
	2020	2021
1. Темпи росту обсягів реалізованої продукції (послуг)	100,6	98,4
2. Темпи росту прибутку від операційної діяльності	147,9	62,6
3. Темпи росту активів підприємства	129,2	115,6
4. Темпи росту власного капіталу	131,8	179,7

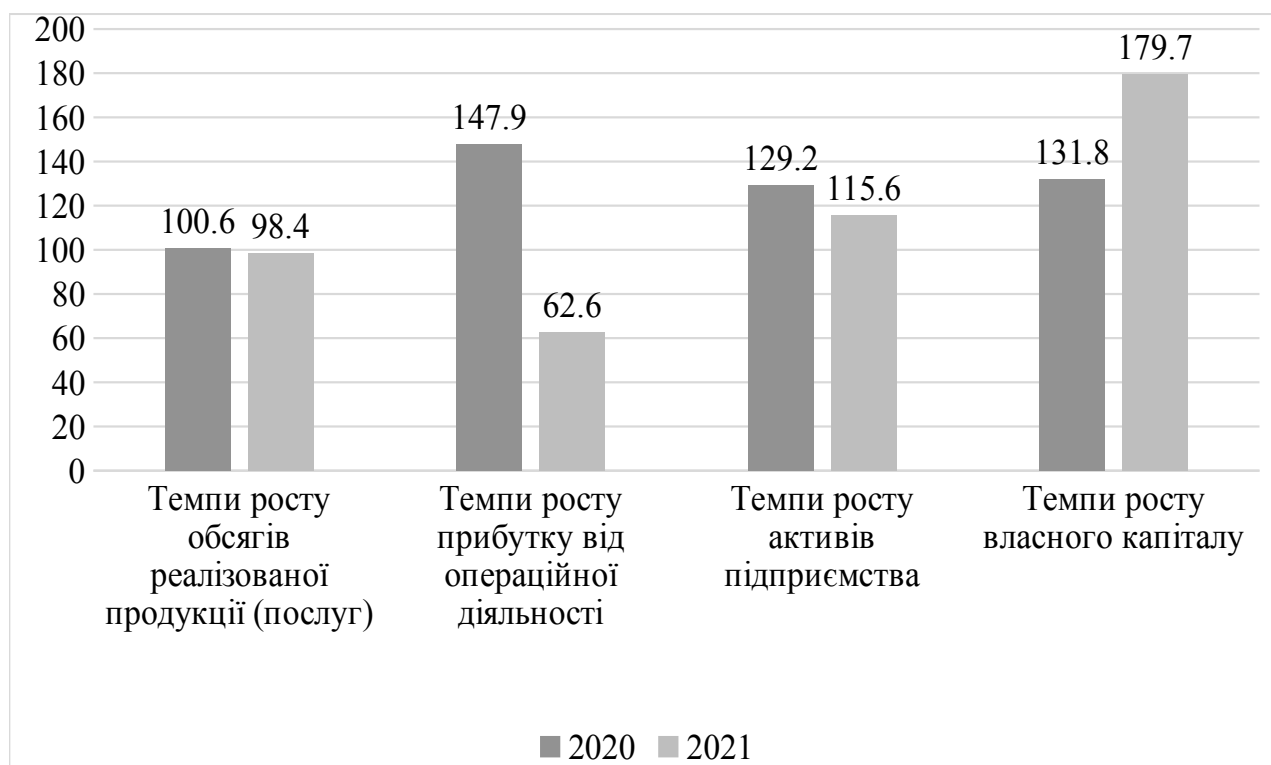


Рис. 2.10. Динаміка темпів росту основних показників діяльності ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Виходячи з рис. 2.10 видно, що у 2019-2021 рр. темп росту обсягів реалізованої продукції (послуг) майже не змінився, що свідчить про незмінність витрат на виробництво. У 2021 році відбулося значне зменшення прибутку від операційної діяльності (на 85,3% порівняно з темпами росту у 2020-му) та невелике зменшення активів підприємства (на 13,6% порівняно з минулим роком). Однак, якщо казати про власний капітал, цей показник збільшився на 47,9%. Дані показники вказують, що співвідношення економічних показників

не виконується, що свідчить про неефективність використання фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА» та значне зниження прибутковості операційної діяльності.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є стійкість його діяльності з позиції довгострокової перспективи. Вона пов'язана насамперед із загальною фінансовою структурою підприємства, ступенем його залежності від кредиторів і інвесторів.

Фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів. Показники фінансової стійкості підприємства характеризують структуру використовуваного капіталу з позиції його платоспроможності й фінансової стабільності розвитку [2]. Проведемо аналіз фінансової стійкості підприємства (табл. 2.8-2.9).

Таблиця 2.8

## Розрахунок коефіцієнтів фінансової стійкості (капіталізації) підприємства

Показник	Формула розрахунку
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	$K_{авт} = \frac{BK}{K} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}}$
Коефіцієнт фінансової залежності	$K_{зал} = \frac{K}{BK} = \frac{\text{Капітал}}{\text{Джерела власних коштів}}$
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$K_{ман} = \frac{ВOK}{BK} = \frac{\text{Власний оборотний капітал}}{\text{Власний капітал}}$
Коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу (фінансування)	$K_{фін} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Сукупний капітал}}$

Ці показники дозволяють оцінити ступінь захищеності інвесторів і кредиторів, тому що відображають спроможність підприємства погасити довгострокові зобов'язання.

Таблиця 2.9

Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості (капіталізації)  
ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Відхилення, рр.	
	2019	2020	2021	2020-2019	2021-2020
Коефіцієнт автономії (>0,5)	-0,32	-0,08	0,08	0,24	0,15
Коефіцієнт фінансової залежності (<2)	-3,11	-12,66	13,25	-9,55	25,92
Коефіцієнт маневреності власного капіталу (>0,5)	0,16	1,68	1,43	1,52	-0,25
Коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу(фінансування) (<0,5)	1,32	1,08	0,92	-0,24	-0,15

На рис. 2.11-2.14 графічно представлено динаміку показників фінансової стійкості ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

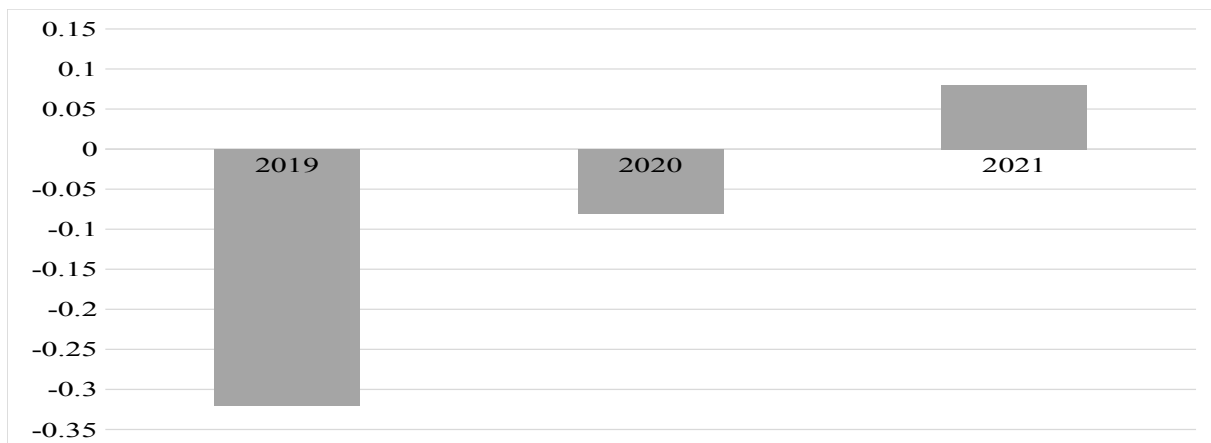


Рис. 2.11. Динаміка коефіцієнт автономії ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

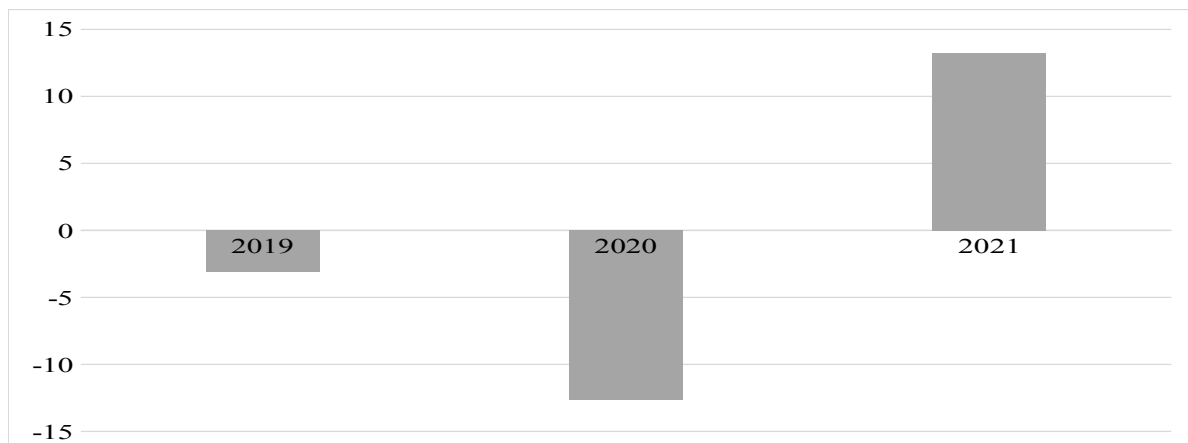


Рис. 2.12. Динаміка коефіцієнту фінансової незалежності ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

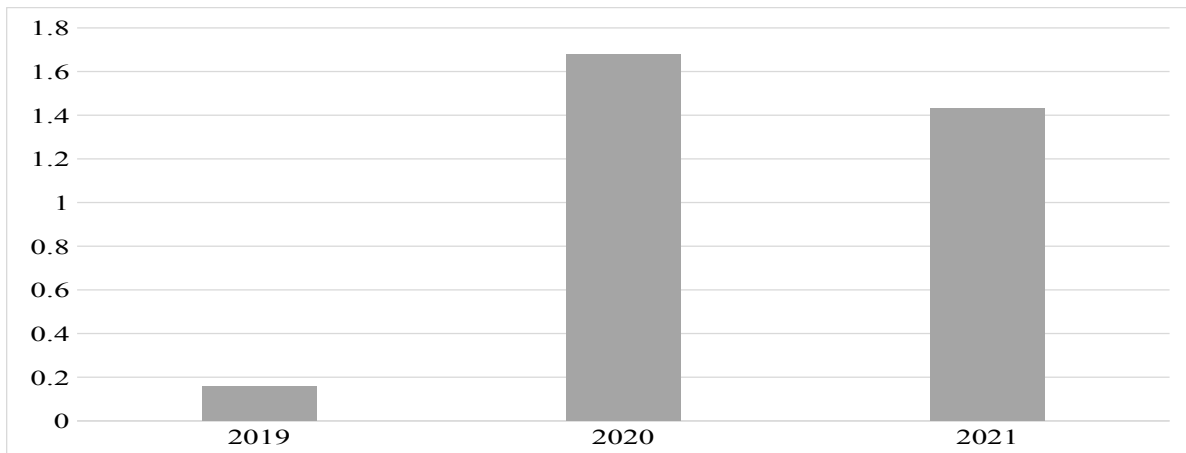


Рис. 2.13. Динаміка коефіцієнту маневреності власного капіталу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

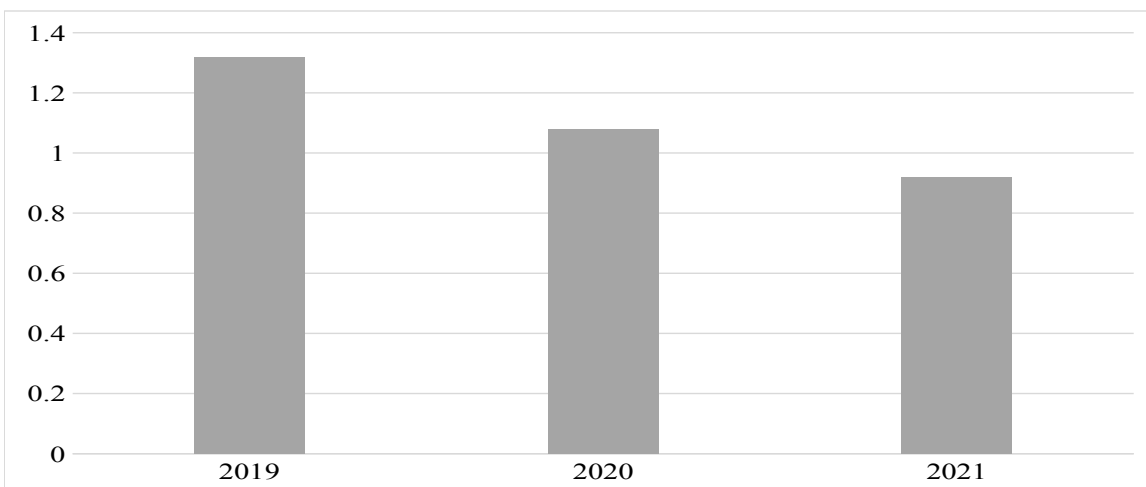


Рис. 2.14. Динаміка коефіцієнту співвідношення залученого та власного капіталу ТОВ «САНДОРА» за 2019-2021 рр.

1. Коефіцієнт автономії характеризує можливість підприємства виконати свої зовнішні зобов'язання за рахунок використання власних активів, його незалежність від позикових джерел. У 2019, 2020 та 2021 роках менше ніж 0,08, що свідчить про значні проблеми з фінансовим станом підприємства (більша залежність від зовнішніх джерел).

2. Коефіцієнт фінансової залежності підприємства означає наскільки активи підприємства фінансуються за рахунок позикових коштів. Тобто на 1 тис. грн. власних коштів на підприємстві у 2019 році припадає 3 тис. грн. власного майна, а в 2020 році 12 тис. грн та в 2021 році 13 тис. грн. Також слід зазначити, що через великі проблеми з нерозподіленим прибутком існує реальна проблема з фінансовою залежністю підприємства.

3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу. Цей коефіцієнт показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто яку частину вкладено в оборотні кошти, а яку – капіталізовано. У 2019 році цей показник склав 0,16, однак у 2020-2021 році він був більше ніж 1,43, що свідчить про достатню мобільність використання власних коштів підприємства.

4. Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу. Цей коефіцієнт розраховується як відношення всієї суми зобов'язань по залучених коштах та суми власних коштів та залежить від характеру господарської діяльності підприємства. Показники досить високі, це свідчить про дуже малий розмір власного капіталу підприємства та значні розміри зобов'язань.

## Висновки до розділу 2

В результаті проведення діагностики фінансового стану ТОВ «САНДОРА» було зроблено наступні висновки.

Проаналізувавши дані фінансової звітності підприємства, можна зробити висновок, що, згідно аналізу динаміки складу джерел фінансування фінансових ресурсів ТОВ «САНДОРА», власний капітал збільшувався в динаміці. Це збільшення відбулось переважно за рахунок зменшення нерозподіленого прибутку та збільшення зареєстрованого капіталу. Аналізуючи темп зростання чистого доходу від реалізації продукції (послуг) в 2021 році, то можна сказати, що чистий дохід зменшився на 0.6% або на 62 456 тис. грн. Ці зміни не є критичними і вказують на стабільну роботу підприємства по цьому пункту.



Політика управління капіталом ТОВ «САНДОРА» в основному зосереджена на управлінні оборотними активами, які складають 86% активу балансу, та не відповідає допустимим комбінаціям політики формування та політики фінансування оборотних активів, про що свідчать такі результати фінансово-господарської діяльності підприємства.

З плином часу можна сказати, що щорічний темп росту чистого доходу від реалізації складає 3%, однак за відсутністю даних за фінансовими результатами у 2021 році, можна лише побачити зміну у 2019-2020 роках і сказати, що за цей період чистий фінансовий результат збільшився більш ніж у 5 разів за рахунок збільшення валового прибутку та фінансових результатів від операційної діяльності.

В результаті проведеного дослідження було визначено, що основними недоліками в діяльності ТОВ «САНДОРА» є наступні: високий рівень нерозподіленого прибутку, що впливає на власний капітал, відповідно і на наднизьке значення показника фінансової автономії, яке не має чіткої динаміки зміни протягом періоду, що аналізується, та свідчить про високу залежність підприємства від зовнішніх кредиторів; велику частку оборотних активів складає дебіторська заборгованість і це має прямий вплив на гроші та їх еквіваленти та на розвиток підприємства в майбутньому.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ТА ПІДХОДИ ДО ЙОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

#### 3.1. Шляхи підвищення прибутку ТОВ «САНДОРА»

Прибуток підприємства є важливим інструментом ефективного розвитку, а пріоритетом розвитку підприємства є використання ефективних інструментів управління підприємством при здійсненні підприємницької діяльності, особливо при застосуванні методів управління прибутком та поліпшенні прибутковості підприємства.

Керування прибутком представляє собою процес знаходження та прийняття рішень управлінських за всіма ключовими аспектами його накопичення, розподілу та використання в умовах підприємства. Ключовою метою керування прибутком виступає знаходження шляхів найефективнішого його генерування та розподілу оптимального, що покликані забезпечувати розвиток діяльності підприємства і збільшення його вартості ринкової.

Масюк Ю.В. і Волошина К.І. наголошують на тому, що: «метою управління прибутком є забезпечення збільшення добробуту власників підприємств на цей момент і у перспективі. Ця мета повинна забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства. На кожному підприємстві повинні передбачатися планові заходи по збільшенню прибутку. У загальному плані ці заходи можуть бути наступного характеру:

- збільшення випуску продукції;
- поліпшення якості продукції;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу;

- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку продажів і інше». [30]

В умовах відносин ринкових підприємство має прагнути не лише до отримання прибутку максимального, але і до раціонального його, використання. Такі цілі дозволять не тільки утримувати свої позиції на ринку, а і забезпечити розвиток сталий його виробництва за умов конкуренції.

Вкрай важливими, також виступають наступні заходи підвищення прибутку підприємства запропоновані Пилипчук О.В.:

«1. Планування. Якщо план із прибутку складено на належному рівні, професійно і грамотно, підприємство має змогу правильно визначити обсяг платежів до державного бюджету і суму прибутку, що залишається в його розпорядженні з метою створення фінансової бази для розвитку діяльності, необхідних витрат на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності, стимулювання персоналу і власників.

2. Якість продукції (товарів, робіт, послуг). Величина прибутку в основному залежить від попиту на високоякісну продукцію.

3. Резерви зростання. Постійний пошук невикористаних можливостей збільшення прибутку, що забезпечуватиме його зростання.

4. Ділова репутація. Одержувати додатковий прибуток і підвищити рентабельність підприємству дозволяє висока ділова репутація. Вчасні розрахунки з постачальниками, фінансовими організаціями, якість та швидкість наданих товарів і послуг з урахуванням потреб ринку, прийнятна ціна - основні її показники [31].

Ефективність управління процесами отримання прибутку значною мірою залежить від якості аналізу, реальності виявлених резервів збільшення прибутку, економічної доцільності планів формування та використання прибутку на майбутнє. Метою управління економічним прибутком є розробка ефективної стратегії та політики формування прибутку підприємства, обґрунтування раціональних напрямів його використання та виявлення оптимального рівня прибутковості фінансових вкладень у довгостроковій

перспективі. Слід зазначити, що все більше місця в стратегічному управлінні займає внутрішнє планування компанії.

З метою безперервного забезпечення зростання прибутку, потрібно шукати можливості невикористані його збільшення, тобто зростання резерви. резерви – це запаси, ресурси, кошти, що зберігаються і при потребі можуть використовуватися для мети певної. вони виявляються на планування стадіях виробництва і продукції реалізації в ході резервів виявляння виділяють три етапи:

- аналітичний етап виявлення і кількісної резервів оцінки;
- організаційний – етап розробки комплексу, технічних ,організаційних, економічних і заходів соціальних, які повинні забезпечити використання резервів виявлених;
- етап функціональний реалізації заходів і їх виконання контролюю.

Досягнення цілей та успішне функціонування сучасної компанії – це не лише надійна складова управління; у випадку жорсткої конкуренції працівники, їх кваліфікація, здібності та лояльність стають головним стратегічним ресурсом компанії. У соціально орієнтованій економіці стратегію соціального розвитку та впровадження соціальної відповідальності можна розглядати як загальну діяльність, спрямовану на розвиток компетенцій, лояльності та ефективності співробітників, які необхідні компанії для досягнення її стратегічних цілей, задовольняючи при цьому потреби інших зацікавлених сторін та очікувань: власників, споживачі, ділові партнери, громадськість.

Як одна з функціональних стратегій компанії, стратегія соціального розвитку має велике значення в сучасних умовах, оскільки передбачає заходи соціального розвитку та захисту працівників у процесі стратегічних змін.

Стратегія соціального розвитку виступає як специфічний фільтр, через який повинні проходити всі управлінські рішення стратегічного характеру в процесі підготовки і залежно від обраної стратегії істотно впливати на кінцевий результат стратегічного рішення щодо загального розвитку бізнесу.

Основними принципами прийнятності стратегії соціального розвитку компанії можна вважати такі:

- тісний зв'язок стратегії соціального розвитку з бізнес-стратегією компанії;
  - чітке визначення ресурсних можливостей компанії для реалізації стратегії соціального розвитку;
  - встановлення пріоритетних напрямків розвитку бізнесу;
  - узгодженість ключових під стратегій соціального розвитку компанії (стратегії розвитку соціальної інфраструктури компанії; стратегії безперервної освіти та розвитку працівників; стратегії розвитку системи компенсації трудової участі працівників компанії);
  - визначення пріоритетних напрямків соціальних інвестицій у навчання та розвиток співробітників компанії;
  - чітке визначення циклу стратегії особистого розвитку компанії;
  - визначення пріоритетних напрямків мотивації працівників компанії
- х точки зору ефективного формування та реалізації стратегії соціального розвитку;
- управління інноваціями та ініціативою працівників компанії (виокремлення ключових типів та ключових компетенцій працівників, їх присутність у компанії необхідна для подальшого розвитку);
  - моніторинг тенденцій на вітчизняному ринку праці;
  - активне формування позитивного іміджу компанії серед ключових груп впливу (працівників, споживачів, ділових партнерів, громадськості).

Формування та реалізація стратегії соціального розвитку компанії забезпечує підприємству більшу адаптивність до зовнішнього середовища, підвищення соціального потенціалу та загального потенціалу компанії, а також можливості для реалізації. З цією метою будь-яка часткова стратегія розвитку соціальної відповідальності має реалізовуватися шляхом суворого виконання стратегій, тактик та управлінських заходів. Оперативні заходи, що сприяють соціальному розвитку компанії, зазвичай не займають багато часу для

досягнення позитивних результатів і залучення значних соціальних інвестицій (наприклад, нормалізація психосоціального клімату в колективі, моральна мотивація працівників тощо).

Тактичні заходи управління соціальним розвитком компанії потребують більше часу на реалізацію, а отже, і збільшення фінансових витрат. Стратегічні заходи потребують тривалого часу для впровадження та залучення більшої кількості соціальних інвестицій (внутрішніх і зовнішніх). Наприклад, у рамках розвитку соціального середовища компанії стратегічними цілями можуть бути: створення кадрового резерву як основної передумови для успішної реалізації стратегії соціального розвитку компанії; оптимізація побудови соціальної інфраструктури компанії тощо. Звісно, лише повною мірою реалізувавши план соціального розвитку компанії, можна отримати максимальну віддачу від нього.

### 3.2. Планування прибутку підприємства за допомогою розрахунково-аналітичного методу

Планування обсягу та структури доходів підприємства є одним з відповідальних етапів в системі економічного управління прибутком підприємства. Це пояснюється важливим значенням цих показників в системі економічного та фінансового розвитку підприємства [32].

Оскільки підприємство отримує операційні доходи від різних джерел, то планування цих доходів повинно проводитись відокремлено.

Головним джерелом отримання доходів є доходи від реалізації товарів. Основними вихідними передумовами планування цих доходів є: розроблений план реалізації товарів, що визнає обсяг та склад товарообороту підприємства за формами продажу та асортиментної структури; цільова сума прибутку підприємства, що забезпечує умови ефективного розвитку підприємства в плановому періоді; розроблена цінова політика.

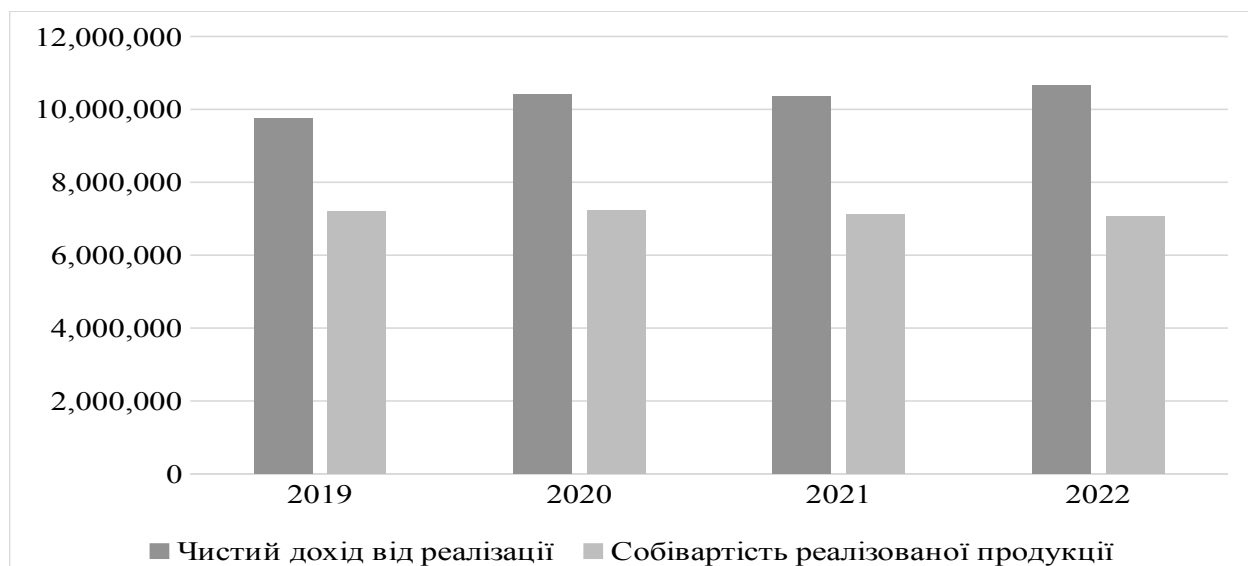
Згідно з цим методом обсяг та структура реалізації товарів розраховуються таким чином:

Розраховуються середньорічні темпи зростання за показниками, які представлені в таблиці 3.1 та рис. 3.1.

Таблиця 3.1

## Планування фінансових результатів за середніми темпами зростання

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	Розрахований темп росту	Прогноз на 2022 р.
Чистий дохід від реалізації продукції товарів, робіт, послуг	9 744 262	10 404 098	10 341 642	1,03	10 651 891
Собівартість реалізованої продукції	7 196 337	7 239 933	7 126 744	0,99	7 055 477
Валовий: прибуток	2 547 925	3 164 165	3 214 898	1,13	3 632 835
Інші операційні доходи	5 800	7 235	7 394	1,13	8 355
Інші операційні витрати	10 176	52 043	14 055	2,69	37 808
Фінансові результати від операційної діяльності	481 366	615 637	561 027	1,10	617 130
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	160 234	732 772	-	4,6	3 370 751
Чистий фінансовий результат	111 581	593 229	-	5,3	3 144 114



### Рис. 3.1. Планові показники реалізації та собівартості продукції

Розрахувавши планові показники на 2022 р., можна зробити такі висновки, що тенденція до зростання буде продовжуватись у плановому році по таким показникам як:

- чистий дохід від реалізації (середній темп росту 3%),
- валовий прибуток (середній темп росту 13%);
- інші операційні доходи (середній темп росту 13%);
- інші операційні витрати (середній темп росту 169%);
- фінансові результати від операційної діяльності (середній темп росту 10%).

Прогнозування фінансових результатів до та після оподаткування не можна вважати повністю коректним, оскільки відсутні показники за 2021 рік і неможливо вирахувати середній темп росту.

Виходячи з того, що відповідно до розрахунків, темпи росту витрат швидший ніж темпи росту доходів, планується зниження собівартості реалізованої продукції на 1%.

Так після отриманих розрахунків маємо ситуацію, яка свідчить про те, що потрібно вживати заходів щодо нарощування реалізації та зниження операційних витрат на підприємстві, адже це загрожує поступовим зменшенням фінансових результатів підприємства, тобто прибутку. Однак у даній ситуації підприємство проводить результативну політику щодо витрат на собівартість реалізованої продукції, проте це може свідчити про погіршення якості вироблених продуктів.

### 3.3. Моделювання фінансових показників діяльності ТОВ «САНДОРА» на основі операційного аналізу (Cost - volume - profit analysis)

Аналіз фінансового стану ТОВ «САНДОРА» показав, що протягом 2019-2021 рр. ділова активність підприємства була незадовільною, тривалість



операційного та фінансового циклів з кожним роком збільшувалася, що приводить до критичного рівня фінансової стійкості та високої вірогідності банкрутства підприємства у короткотерміновій перспективі за умови, якщо не будуть вжиті заходи щодо мобілізації внутрішніх джерел фінансового оздоровлення, спрямовані на зменшення потреби у фінансових капіталі. Цього можна досягти у результаті зменшення рівня витрат на виробництво та реалізацію продукції, а також на основі раціоналізації або згортання окремих інвестиційних проектів.

Резерви зниження витрат легше виявити та мобілізувати в короткостроковому періоді, ніж, скажімо, резерви збільшення виручки від реалізації продукції. Заходи щодо зниження вихідних грошових потоків за даним напрямом безпосередньо впливають на рівень ліквідності та платоспроможності підприємства [39].

Отже, удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємств слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить поліпшення позиції підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток.

Прогнозування фінансової діяльності підприємства на основі операційного аналізу здійснюється для оптимізації рішень щодо ціноутворення, диверсифікації продукції, запуску у виробництво чи зняття з виробництва. Його мета – визначити, як зміняться фінансові результати діяльності підприємства у разі зміни обсягів виробництва і реалізації продукції, цін на продукцію, структури і асортименту продукції та стану й тенденцій розвитку фінансового ринку в країні.

У процесі аналізу розраховуються: точка беззбитковості (Break- Even-Point = ВЕР), запас фінансової стійкості та операційний важіль.

Поріг рентабельності — точка, у якій виручка від реалізації продукції дорівнює постійним та змінним витратам на її виробництво і реалізацію. Основним інструментом аналізу чутливості є операційний важіль. Він дає змогу

здійснити кількісне оцінювання впливу зміни обсягів реалізації на величину прибутку. Чим більшим є операційний важіль, тим більш ризиковою є діяльність підприємства. За однакових сумарних витрат операційний важіль тим більший, чим більша частка постійних витрат у структурі витрат. Отже, чим більша частка постійних витрат, тим вищий виробничий ризик.

Показники операційного аналізу розраховуються за формулами (3.1 – 3.9):

$$BM = ЧД - Сзм \quad (3.1)$$

де:  $BM$  – валова маржа, грн.;

$ЧД$  – чистий дохід, грн.;

$Сзм$  – змінні витрати,

$$K_m = \frac{BM}{ЧД} \quad (3.2)$$

де:  $K_m$  – коефіцієнт валової маржі;

$BM$  – валова маржа, грн.;

$ЧД$  – чистий дохід,

$$K_m(\%) = \frac{BM}{ЧД} * 100 \quad (3.3)$$

де:  $K_m(\%)$  - відсоток валової маржі, %;

$BM$  – валова маржа, грн.;

$ЧД$  – чистий дохід,

$$MD = ПВ + ВП \quad (3.4)$$

де:  $MD$  – маржинальний дохід, грн.;

$ПВ$  – постійні витрати, грн.;

$ВП$  – валовий прибуток,

$$ПВMD = \frac{MD}{ЧД} \quad (3.5)$$

де:  $PВМД$  – питома вага маржинального доходу;  
 $МД$  – маржинальний дохід, грн.;  
 $ЧД$  – чистий дохід,

$$Прен = \frac{PВМД}{ПВ} \quad (3.6)$$

де:  $Прен$  – поріг рентабельності, грн.;  
 $PВМД$  – питома вага маржинального доходу;  
 $ПВ$  – постійні витрати,

$$ЗФМ = ЧД - Прен \quad (3.7)$$

де:  $ЗФМ$  – запас фінансової міцності, грн.;  
 $ЧД$  – чистий дохід, грн.;  
 $Прен$  – поріг рентабельності,

$$Пр = ЗФМ * Км(\%) \quad (3.8)$$

де:  $Пр$  – прибуток, грн.;  
 $ЗФМ$  – запас фінансової міцності, грн.;  
 $Км(\%)$  - відсоток валової маржі, %.

$$ОВ = \frac{ВМ}{Пр} \quad (3.9)$$

де:  $ОВ$  – операційний важіль;  
 $ВМ$  – валова маржа, грн.;  
 $Пр$  – прибуток,

Результати розрахунків порогу рентабельності або критичного обсягу реалізації продукції ТОВ «САНДОРА» у 2019-2021 рр. представлено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Поріг рентабельності та запас фінансової стійкості ТОВ «САНДОРА»

Показники	Значення		
	2019	2020	2021
1. Чистий дохід, тис. грн.	9 744 262	10 404 098	10 341 642
2. Валова маржа, тис. грн.	2 547 925	3 164 165	3 214 898
3. Змінні витрати(Сзм), тис. грн.	342 636	344 845	767 853
4. Коефіцієнт валової маржі	0,26	0,34	0,33
5. Відсоток валової маржі, %	26	34	33
6. Постійні витрати (ПВ), тис. грн.	228 785	251 124	324 900
7. Маржинальний дохід (МД), тис. грн.	2 776 710	3 415 289	3 539 798
8. Питома вага маржинального доходу (ПВМД)	0,28	0,33	0,34
9. Поріг рентабельності (Прен), тис. грн.	802 871	765 007	949 207
10. Запас фінансової міцності (ЗФМ), тис. грн.	8 941 391	9 639 091	9 392 435
11. Прибуток, тис. грн.	2 337 991	3 277 291	3 099 504
12. Сила впливу операційного важеля	1,09	0,97	1,04

Розрахувавши показники, які впливають на запас фінансової міцності, робимо висновок, що поріг рентабельності у 2019 році дорівнював 802 871 грн., у 2020 році він дорівнював 765 007 грн., у 2021 році поріг рентабельності зменшився до рівня 949 207 грн., тобто менше визначеної суми підприємство виробляти не може, так як матиме збиток. Динаміка даного показника зображена на рис. 3.2.

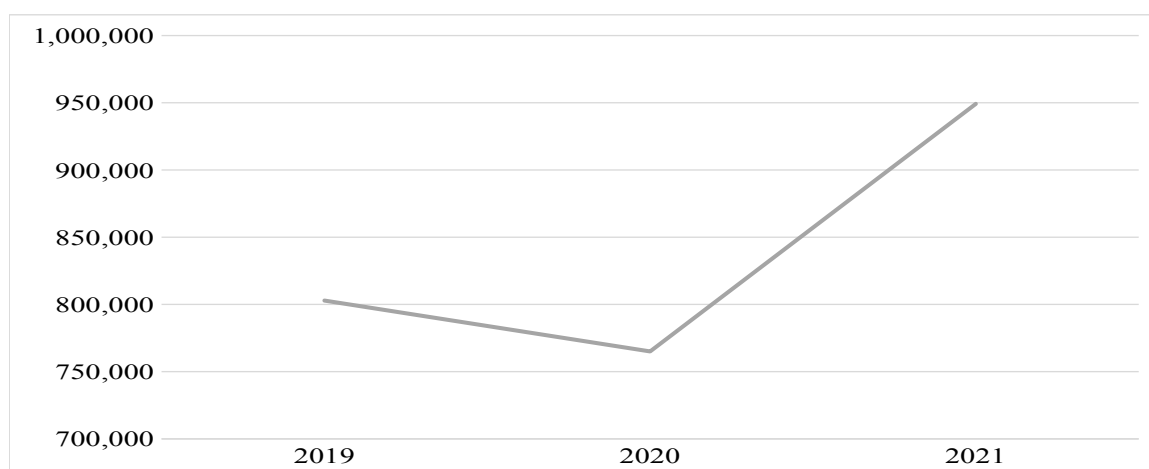


Рис. 3.2. Динаміка порогу рентабельності ТОВ «САНДОРА» у 2019-2021 рр.

Операційний важіль протягом трьох років вагався від 0,97 до 1,09, однак його значення залишається низьким, що з одного боку, є свідченням відсутності виробничого ризику в результаті малої частки постійних витрат у структурі загальних витрат, а з іншого боку, про відсутність оновлення основних фондів та неможливість забезпечити конкурентоспроможність підприємства на ринку металопродукції у довгостроковій перспективі. (Рис. 3.3.)

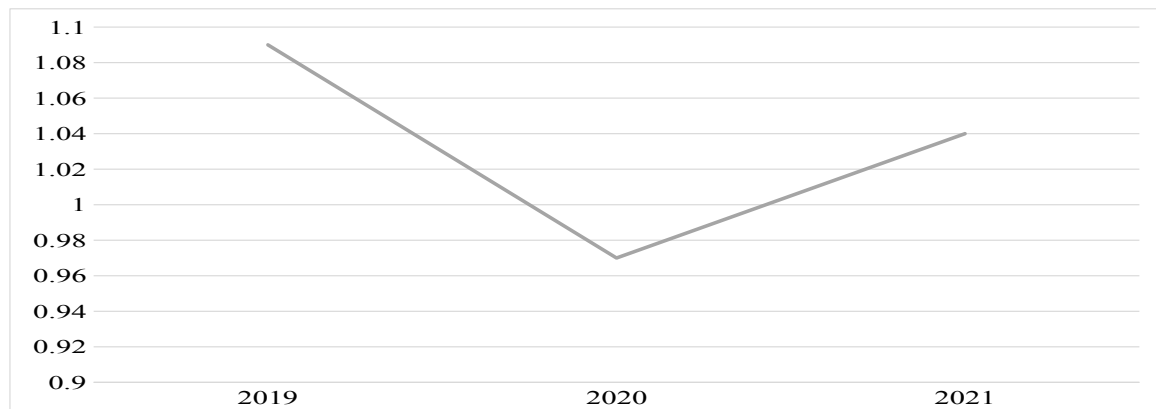


Рис. 3.3. Динаміка операційного важеля ТОВ «САНДОРА» у 2019-2021 рр.

Проведемо моделювання порогу рентабельності з урахуванням змін у фінансовій структурі капіталу. Структура капіталу, як співвідношення власного і залученого капіталу, суттєво впливає на значення точки беззбитковості для підприємства. При різній структурі капіталу змінюється критичний обсяг реалізації продукції, чим вища доля власного капіталу у загальній структурі капіталу, тим менший обсяг виплат процентів за користування кредитом за залученим капіталом і, відповідно, тим менша точка беззбитковості. Тому має практичний інтерес визначення оптимальних параметрів структури капіталу при різних відсоткових кредитних ставках для умов конкретного підприємства, які формуються під впливом стану економіки та фінансової системи, зокрема [40].

Фіксовані постійні витрати ТОВ «САНДОРА» складають 324 900 грн., змінні витрати – 767 853 грн. Для оптимізації параметрів фінансової структури капіталу визначимо значення порогу рентабельності при різних частках запозиченого капіталу. Розрахунок порогу рентабельності з урахуванням

структури капіталу при формуванні постійних і змінних витрат підприємства відбувається за формулою (3.10) [40]:

$$R_b = \frac{FC \cdot (1 + a_f r_f)}{1 - c(1 + a_v r_v)}, \quad (3.10)$$

де FC – фіксовані витрати;

$a_f$  – частка запозиченого капіталу у фіксованих витратах, узятого під  $r_f$  відсотків;

$a_v$  – частка запозиченого капіталу в змінних витратах, узятого під  $r_v$  відсотків;

$c$  – питомі змінні витрати з кожної грн. продажів Розрахунок проводимо для частки запозиченого капіталу відповідно: 0, 20, 40, 60, 70, 80 % та відсоткових ставок за кредитні фінансові ресурси: 0, 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 %. Результати моделювання чистого доходу від реалізації продукції (порогу рентабельності) ТОВ «САНДОРА» за різної структури капіталу та різних умов кредитування наведено в табл. 3.4 та на рис. 3.4.

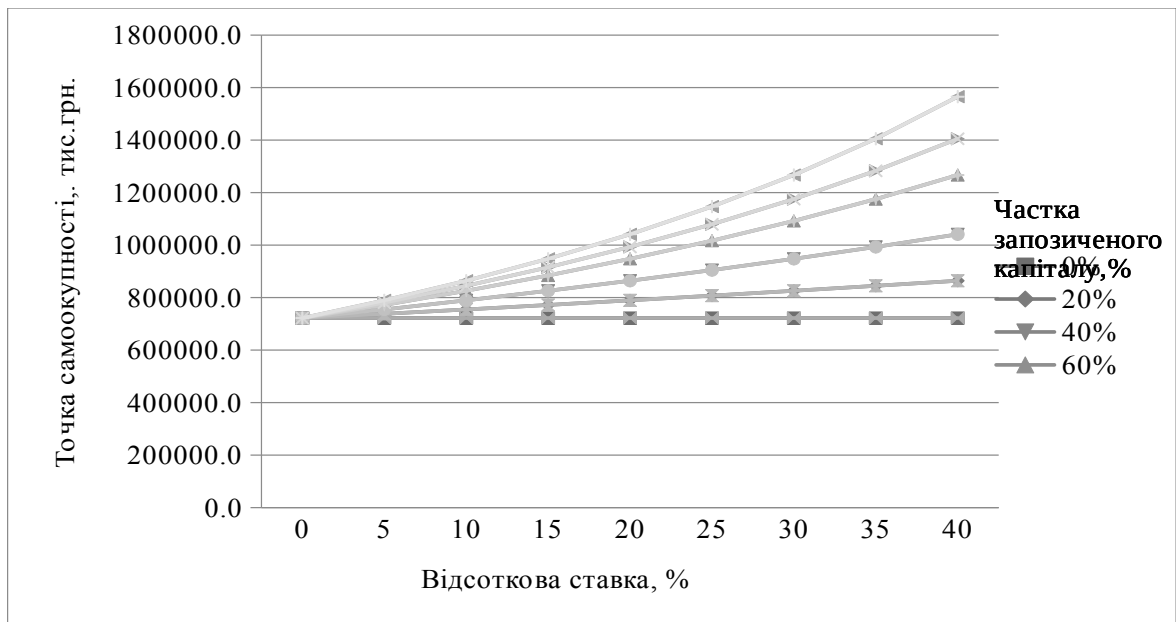


Рис. 3.4. Моделювання критичного обсягу чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «САНДОРА» за різної структури капіталу та різних умов кредитування

Таблиця 3.4

Моделювання критичного обсягу чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «САНДОРА» за різної структури капіталу та різних умов кредитування

Частка запозиченого капіталу, %	Відсоткова ставка, %								
	0	5	10	15	20	25	30	35	40
0	722 000	722 000	722 000	722 000	722 000	722 000	722 000	722 000	722 000
20	722 000	738 243	754 892	771 965	789 476	807 443	825 884	844 819	864 266
40	722 000	754 892	789 476	825 884	864 266	904 784	947 625	992 992	1 041 116
60	722 000	771 965	825 884	884 247	947 625	1 016 693	1 092 256	1 175 273	1 266 905
70	722 000	780 665	844 819	915 269	992 992	1 079 173	1 175 273	1 283 110	1 404 973
80	722 000	789 476	864 266	947 625	1 041 116	1 146 705	1 266 905	1 404 973	1 565 211

Таблиця 3.5

Моделювання прибутку за різних обсягів чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «САНДОРА» та структури капіталу

Частка запозиченого капіталу, %	Прибуток за різних обсягів чистого доходу від реалізації продукції та структури капіталу , тис. грн..								
	400 000	450 000	500 000	550 000	600 000	650 000	700 000	750 000	800 000
0	-322000	-272000	-222000	-172000	-122000	-72000	-22000	28000	78 000
20	-407444	-357444	-307444	-257444	-207444	-157444	-107444	-57444	-7 444
40	-504785	-454785	-404785	-354785	-304785	-254785	-204785	-154785	-104 785
60	-616694	-566694	-516694	-466694	-416694	-366694	-316694	-266694	-216 694

70	-679173	-629173	-579173	-529173	-479173	-429173	-379173	-329173	-279 173
----	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	----------



Із даних таблиці 3.5 видно, що грошове вираження точки беззбитковості зростає разом зі зміною фінансової структури капіталу, тобто зі зростанням частки залученого капіталу і підвищенням відсоткової ставки за кредит, що продемонстровано на рисунку 3.1. Для умов ТОВ «САНДОРА» критичний обсяг чистого доходу від реалізації продукції при 12% відсотків за кредит складає 949 207 тис. грн.

Кожне підприємство веде свою діяльність для того, щоб отримувати прибуток, для цього воно залучає капітал, структура якого може мати різне співвідношення власних і залучених коштів. Продовженням попереднього дослідження з визначення точки беззбитковості є визначення обсягу прибутку при різній структурі капіталу і обсязі виручки, який має практичний інтерес для оптимізації структури капіталу і отримання максимального прибутку при конкретному обсязі виручки і структурі капіталу.

Для оптимізації структури капіталу змодельюємо значення прибутку в залежності від обсягу чистого доходу від реалізації продукції при різній структурі капіталу. Обсяг виручки може змінюватися від 400 000 грн. до 800 000 тис. грн., частка запозиченого капіталу – від 0% до 80%.

Значення прибутку з урахуванням фінансової структури капіталу обчислюється за формулою (3.11) [40]:

$$\pi = R - (FC + VC) * (1 + \bar{a} r) \quad (3.11)$$

де: R – критичний обсяг чистого доходу від реалізації продукції, грн.

$$R = FC + VC$$

FC – фіксовані витрати, грн.;

VC – змінні витрати, грн.;

$\bar{a}$  – середня частка запозиченого капіталу;

$$\bar{a} = \frac{a_f FC + a_v cR}{FC + cR} \quad (3.12)$$

$a_f$  – частка запозиченого капіталу у фіксованих витратах, узятого під  $r_f$  відсотків;

$a_v$  – частка запозиченого капіталу в змінних витратах, узятого під  $r_v$  відсотків;

$c$  – питомі змінні витрати з кожної грн. продажів.

$\bar{r}$  - середній відсоток із запозиченого капіталу [18].

$$\bar{r} = \frac{a_f r_f FC + a_v r_v cR}{a_f FC + a_v cR} \quad (3.13)$$

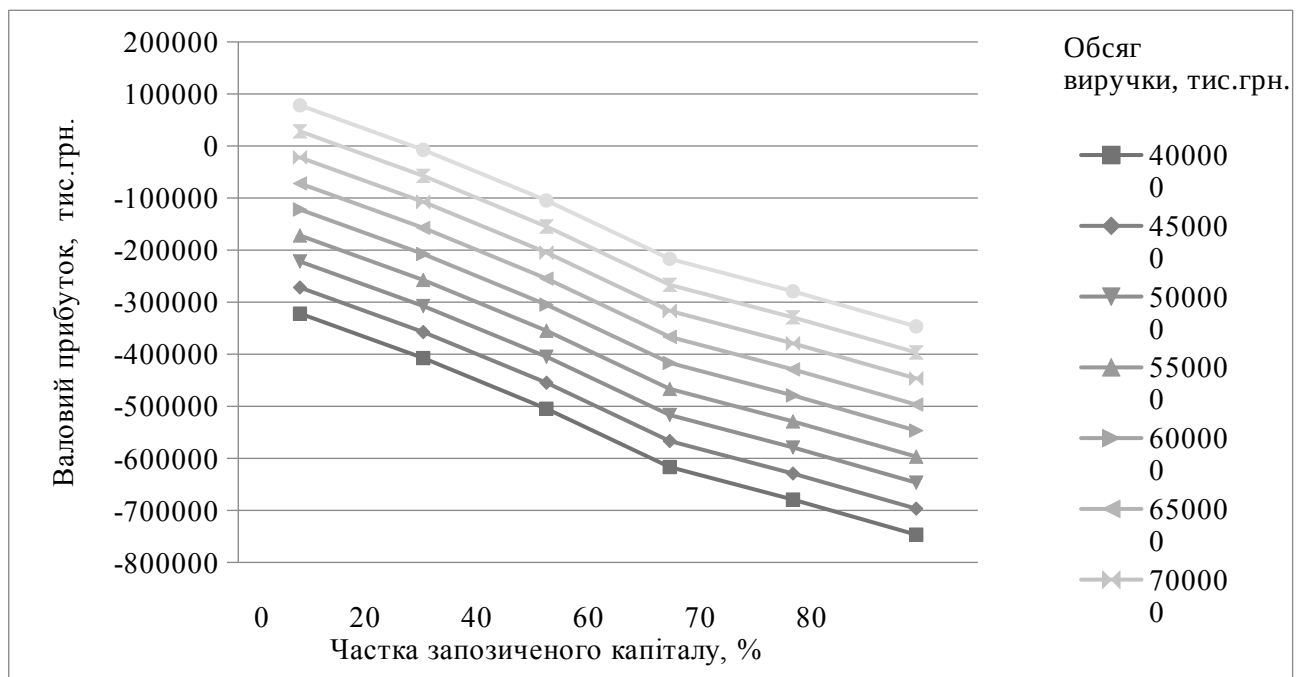


Рис. 3.5. Моделювання прибутку за різних обсягів чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «САНДОРА» та структури капіталу

Із даних таблиці 3.5 та рисунку 3.5. видно, що при обсягах чистого доходу від реалізації, менших за 750 000 грн. ТОВ «САНДОРА» буде працювати у збиток. Для того, щоб отримувати прибуток, підприємство повинно реалізовувати продукції та послуг на суму не меншу 750 000 тис. грн. за умови, коли частка позичкового капіталу в загальному обсязі капіталу підприємства не перевищує 20 %, що продемонстровано на графіку вище.

Однак, слід зауважити, що у зв'язку з надзвичайними обставинами в країні у 2022 році, дуже важко об'єктивно прогнозувати будь-які фінансові показники. Оскільки ТОВ «САНДОРА» зупинило своє виробництво 24.02.2022р. через близькість виробничих потужностей до зони бойових дій, більшість процесів не відбувалися. Тому у 2022 році дохід від реалізації буде формуватися лише на основі запасів на складах, вироблених до початку воєнних дій. Позитивним наслідком з цієї ситуації буде повне покриття дебіторської заборгованості та збільшення грошей та їх еквівалентів через дефіцит даної продукції на ринку та її повного продажу. Також, через можливість фізичного пошкодження ресурсів 2022-2023 роках можуть збільшитись витрати на основні засоби та незавершені капітальні інвестиції.

### Висновки до розділу 3

В результаті проведення прогнозованих розрахунків було зроблено наступні висновки.

Ефективність управління прибутковими процесами значною мірою залежить від якості аналізу, актуальності виявлених резервів збільшення прибутку, економічної доцільності планів формування та використання прибутку в майбутньому. Метою управління економічним прибутком є формування ефективних стратегій і політики формування прибутку підприємства, обґрунтування їх використання в розумному напрямку та визначення довгострокового оптимального рівня прибутковості фінансових вкладень. Важливо відзначити, що все більше місця в стратегічному управлінні займає внутрішнє планування компанії.

Важливість формування та реалізації стратегії соціального розвитку компанії забезпечує підприємству більшу адаптивність до зовнішнього середовища, підвищення соціального потенціалу та загального потенціалу компанії, а також можливості для реалізації. З цією метою будь-яка часткова стратегія розвитку соціальної відповідальності має реалізовуватися шляхом

суворого виконання стратегій, тактик та управлінських заходів. Оперативні заходи, що сприяють соціальному розвитку компанії, зазвичай не займають багато часу для досягнення позитивних результатів і залучення значних соціальних інвестицій (наприклад, нормалізація психосоціального клімату в колективі, моральна мотивація працівників тощо).

Прогнозування прибутку було здійснено двома методами, такими як розрахунково-аналітичний та «CVP». Після використання розрахунково-аналітичного методу маємо ситуацію, коли потрібно вжити заходів для збільшення продажів компанії та зниження операційних витрат, оскільки це може поступово знижувати фінансові результати компанії, тобто прибуток. Однак у підприємство має дієву політику щодо собівартості реалізованої продукції, але це може свідчити про зниження якості продукції.

Методом моделювання фінансових показників на основі операційного аналізу було визначено точку беззбитковості, яка має практичний інтерес для оптимізації структури капіталу і отримання максимального прибутку при конкретному обсязі виручки і структурі капіталу. А також розраховано можливість використання залученого капіталу для отримання максимального прибутку.

Важливим фактором формування прибутку у майбутніх періодах є ситуація в Україні на даний момент. Дохід від реалізації буде формуватися лише на основі запасів на складах, вироблених до початку воєнних дій. Також, через можливість фізичного пошкодження ресурсів 2022-2023 роках можуть збільшитись витрати на основні засоби та незавершені капітальні інвестиції.

## ВИСНОВКИ

Прибуток підприємства є важливим інструментом ефективного розвитку, а пріоритетом розвитку підприємства є використання ефективних інструментів управління підприємством при здійсненні підприємницької діяльності, особливо при застосуванні методів управління прибутком та поліпшенні прибутковості підприємства.

В даній кваліфікаційній роботі визначено роль прибутку у розвитку підприємства та кваліфіковано прибуток як критерій ефективної діяльності. Встановлено шляхи підвищення рівня прибутку та встановлено порядок управління розподілом та використанням прибутку. Проаналізовано як прибуток розкривається через функції: стимулюючу, облікову та розподільчу.

Визначено вплив чинників на формування прибутку та його корегування за різними параметрами. Розглянувши фактори, які безпосередньо впливають на збільшення прибутку підприємства, можна зробити висновок, що чинники які можуть контролюватися підприємством – це внутрішні чинники.

Також представлено соціальну відповідальність бізнесу як один з варіантів економічного зростання фінансів на основі впровадження соціальних проєктів, які в свою чергу викликають підвищення рівня лояльності працівників та впізнаваності серед потенційних клієнтів. Дослідження сучасних практик соціальної відповідальності українських підприємств дозволило виділити компанії-лідери з впровадження СВБ: Carlsberg Ukraine, PepsiCo, Інтерпайп, Біосфера та Нова Пошта. Реалізація СВБ в українській бізнес-практиці сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності компаній у глобальному середовищі за рахунок підвищення якості продукції, покращення трудових відносин і соціального захисту громад.

Проаналізовано методологічні підходи до планування прибутку підприємства, такі як метод прямого рахунку, нормативний метод, аналітичний метод, метод екстраполяції, метод суміщеного розрахунку. Визначено переваги та недоліки кожного з них.

Важливим пунктом у сучасних реаліях стала інформація про особливості ведення та планування діяльності підприємства та його прибутку в умовах форс-мажору. Визначено що являє собою форс-мажорні обставини та як функціонує бізнес в цій ситуації спираючись на чинне Законодавство України. Проаналізовано вплив нововведень на діяльність підприємства після 24.02.2022 як і на діючі бізнеси, так і нові. Ряд переваг, які отримує діючий бізнес полягає в тому, що: відбувається зменшення податкових відрахувань, що полегшує ведення бізнесу за умови скорочення прибутку під час війни; здійснюється лібералізація трудових відносин, що звільняє від відповідальності за порушення строків виплати заробітної плати за умови, що підприємство не має можливості її виплачувати через військові події; не накладаються штрафні санкції через порушення податкового законодавства.

Для нового бізнесу подібні нововведення слугують таким чином: спрощена процедура оформлення документів для відкриття нового підприємства; митні зміни дозволяють легше співпрацювати з іноземними компаніями для закупівлі продуктів харчування або тютюнових виробів; відсутність обмеження кількості працівників допомагає власнику підприємства самому визначати необхідну кількість та оптимізувати роботу.

У роботі проаналізовано фінансовий стан ТОВ «САНДОРА» за рахунок аналізу основних показників та показників ділової активності. Аналізуючи темп зростання чистого доходу від реалізації продукції в 2021 році, можна сказати, що чистий дохід майже не змінився, різниця склала 0,59% у меншу сторону. В той же час собівартість реалізованої продукції зменшилась на 1,5%, що свідчить про оптимізацію витрат, таким чином валовий прибуток збільшився на 50 733 грн, що складає 101,61% від показників 2020 року. Також протягом року фінансові витрати збільшились на 122,32%, що разом з іншими показниками свідчить про збитковість компанії від фінансової діяльності.

В результаті проведеного дослідження було визначено, що основними недоліками в діяльності ТОВ «САНДОРА» є наступні: високий рівень нерозподіленого прибутку, що впливає на власний капітал, відповідно і на

наднизьке значення показника фінансової автономії, яке не має чіткої динаміки зміни протягом періоду, що аналізується, та свідчить про високу залежність підприємства від зовнішніх кредиторів; велику частку оборотних активів складає дебіторська заборгованість і це має прямий вплив на гроші та їх еквіваленти та на розвиток підприємства в майбутньому.

На основі аналізу у розділі 2 було спрогнозовано рівень прибутку у майбутньому періоді двома методами, такими як розрахунково-аналітичний та «СVP». Розрахувавши планові показники на 2022 р., можна зробити такі висновки, що тенденція до зростання буде продовжуватись у плановому році по таким показникам як:

- чистий дохід від реалізації (середній темп росту 3%),
- валовий прибуток (середній темп росту 13%);
- інші операційні доходи (середній темп росту 13%);
- інші операційні витрати (середній темп росту 169%);
- фінансові результати від операційної діяльності (середній темп росту 10%).

Також привернуто увагу к формуванню прибутку у майбутніх періодах за умови воєнного стану в Україні та проаналізовано з яких статей буде формуватися прибуток підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Малькова Т.Н. Древняя бухгалтерия: какой она была? – М.: Финансы и статистика, 1995. – 304 с.
2. Антонюк О.О. Оцінка рівня прибутковості як важлива складова діагностики кризових явищ підприємства. - Вісник «ХНУ». Економічні науки, 2013. - № 5. Т. 2. С. 20–24.
3. Савицька Г. В. Аналіз економічної діяльності підприємств : навч. посіб. / Г. В. Савицька. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.
4. Фінансова діяльність підприємства / Бандурко О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. – К.: Либідь, 1998. – 310 с.
5. Тарасенко А.О. Прибуток: сутність, функції та структура. /Тарасенко А.О.// XVI Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці», 2020. - с. 724-726
6. Добровольська, О.В. // Резерви підвищення прибутковості підприємства в умовах ринку/ Добровольська О.В., Терещенко В. О.// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Одеса: Міжнародний гуманітарний університет. – 2015. – №13. – С. 194-197.
7. Марцин В.С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності // Фінанси України. – 2008. – № 4. – С. 23–31.
8. Павлова Л.Н. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов. – М: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 269 с.
9. Котлер Ф. «Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства» / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
10. Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial



information) (2017/C215/01). (2017). [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF>

11. Офіс ООН в Україні, «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: [http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp\\_otnosheniya/soc\\_otvetstvennost.pdf](http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/soc_otvetstvennost.pdf) – жовтень 2005р. – с. 6-11.

12. Брич В. Я., Смачило І. І. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств //Технологический аудит и резервы производства. - 2014. - Т.5. - №. 2. - С. 36-39.

13. Попова А.В. «Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. Научное издание.» – М.: Союз Дизайн, 2012. – 376 с.

14. Боднарук О.В. «Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – 2016 – Маріуполь.

15. Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії : закон України від 5 жовтня 2000 року № 2017-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14>.

16. Про підприємства в Україні : закон України від 27 березня 1991 року № 887-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12>.

17. Сисоєва С.О. Професійна освіта в системі неперервної освіти // Теорія і практика управління соц. системами: філос., психологія, педагогіка, соціол. – 2000. – № 1.– С. 46–52. – Бібліогр. : с. 52.

18. Результати дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність через призму ЗМІ» [Електронний ресурс] // Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Режим доступу: [http://csr-ukraine.org/krugliy\\_stil.html](http://csr-ukraine.org/krugliy_stil.html)

19. Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) (2017/C215/01). (2017). [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN)

[uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN)

20. Панков Д. Проблемы развития финансового учета в условиях глобализации / Д.Панков // Accountig & Audit System Integration into European Union Area. New challenges and opportunities. The Papers of International Conference, 6-7 th October. 2005. - С. 164-168

21. Топ-25 найкращих програм СББ [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.dsnews.ua/ukr/vlast\\_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543](https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543)

22. Кобець Є.А. Планування на підприємстві. Навчальний посібник. Тагангор: Вид-во ТРТУ, 2006

23. Методы планирования прибыли: пять основных подходов. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.elitarium.ru/pribyl-planirovanie-metod-proizvodstvo-produkcija-vyruchka-zatraty-formula-rezultat/>

24. Що таке форс-мажор або обставини непереборної сили. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://edin.ua/shho-take-fors-mazhor-abo-obstavini-neperebornoi-sili/>

25. Про торгово-промислові палати в Україні: Закон України від 20.04.2000 № 1674-III// Відомості Верховної Ради України. – 1998. – №13. Ст.52. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80#Text>

26. Форс-мажор як підстава для звільнення від відповідальності за порушення зобов'язань. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://golaw.ua/ua/insights/publication/fors-mazhor-yak-pidstava-zvylnennya-vid-vidpovidalnosti-za-porushennya-zobovyazan/>

27. Щодо засвідчення форс-мажорних обставин. [Електронний ресурс].  
Режим доступу: <https://ucco.org.ua/press-center/ucco-news/protsedura-zasvidchennia-fors-mazhornikh-obstavyn-z-28-02-2022>
28. Про компанію PepsiCo. Послуги. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pepsico.ua/company/services/>
29. ТОВ «САНДОРА»: бухгалтерська звітність і фінансовий аналіз за 2020 рік. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://zvitnist.com/22430008\\_TOVARYSTVO\\_Z\\_OBMEZHENOOU\\_VDPOVDAL\\_NSTU\\_SANDORA](https://zvitnist.com/22430008_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOOU_VDPOVDAL_NSTU_SANDORA)
30. Волошина К.І. Удосконалення управління прибутком аграрного підприємства / Ю.В. Масюк, К.І. Волошина// Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «SCIENCE AND EDUCATION: PROBLEMS, PROSPECTS AND INNOVATIONS» 04-06 лютого 2021 р. м. Кіото, Японія. – С. 679-683
31. Брич В. Я., Борисяк О. В. Інноваційні технології формування персоналу підприємств в умовах оптимізаційного розвитку. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія“Економіка”. 2017. Вип. 2 (50). С. 172-179.
32. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности / Харламов А.И., Башина О.Э., Бабурин В.Т. и др. / Под ред. А.А. Спирина, О.Э. Башиной. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 296с

## ДОДАТОК А

		Дата (рік, місяць, число)	КОДН		
Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «Сандора»	по ЄДРПОУ	2021	01	01
Територія	Миколаївська обл.	по КОАТУУ	22430008		
Організаційно-правова форма господарювання:	Товариство з обмеженою відповідальністю	по КОПФГ	4823383201		
Вид економічної діяльності:	Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	за КВЕД	240		
Середня кількість працівників <sup>1</sup>	3230 чоловік		46.39		
Адреса, телефон	с. Миколаївське, Вітовський р-н, Миколаївська обл., 57262				
Одиниця виміру:	тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)				
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):					
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку					
за міжнародними стандартами фінансової звітності					
			v		

## Звіти про фінансовий стан

Форма №1

Код по ДКУД 1801001

Активи	Код рядка	31 грудня 2020 р.	31 грудня 2019 р.	1 січня 2019 р.	Прим.
1	2	3	4	5	6
<b>I. Необоротні активи</b>					
Нематеріальні активи	1000	1 250	1 760	314	
первісна вартість	1001	2 587	10 076	7 624	
накопичена амортизація	1002	(1 337)	(8 316)	(7 310)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	200 936	339 310	102 579	4
Основні засоби	1010	2 212 188	1 014 912	883 600	4
первісна вартість	1011	3 681 153	2 318 164	2 079 601	4
знос	1012	(1 468 965)	(1 303 252)	(1 196 001)	4
Відстрочені податкові активи	1045	170 640	310 183	358 836	21
Інші необоротні активи *	1090	80 590	47 310	55 235	5
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2 665 604</b>	<b>1 713 475</b>	<b>1 400 564</b>	
<b>II. Оборотні активи</b>					
Запаси	1100	735 213	733 820	676 238	7
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 510 888	1 251 881	995 730	8
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
за виданими авансами	1130	39 576	48 734	23 898	
з бюджетом	1135	-	9 440	30 866	9
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	7 925	30 300	9
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	8 576	14 385	36 684	
Гроші та їх еквіваленти	1165	47 699	107 625	57 144	
Витрати майбутніх періодів	1170	6 664	6 219	3 773	
Інші оборотні активи	1190	57 215	39 103	681	
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>2 405 831</b>	<b>2 211 207</b>	<b>1 825 014</b>	
<b>БА.ЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>5 071 435</b>	<b>3 924 682</b>	<b>3 225 578</b>	

\* Рядок «Інші необоротні активи» (р.1090) включає дебіторську заборгованість за розрахунками з бюджетом термін очікуваного погашення якої перевищує 12 місяців та актив з права користування. (Примітки 5 та 6).

Звіти про фінансовий стан слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 49, які є складовою частиною фінансової звітності

Продовження дод. А

(Продовження)

Капітал і зобов'язання	Код рядка	31 грудня 2020 р.	31 грудня 2019 р.	1 січня 2019 р.	Прим
1	2	3	4	5	6
<b>I. Власний капітал</b>					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	986 277	719 990	463 682	10
Додатковий капітал	1410	8 256	8 256	8 256	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 395 057)	(1 988 286)	(2 099 867)	
Усього за розділом I	1495	(400 524)	(1 260 040)	(1 627 929)	
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення **</b>					
Пенсійні зобов'язання	1505	1 775	919	1 021	
Інші довгострокові зобов'язання ***	1515	2 392 358	2 768 826	2 806 722	11, 12
Усього за розділом II	1595	2 394 133	2 769 745	2 807 743	
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення **</b>					
Короткострокові кредити банків	1600	294 300	-	88 180	12
Поточна кредиторська зборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	1610	56 899	78 229	63 397	12
товари, роботи, послуги	1615	2 134 999	1 887 409	1 571 313	13
розрахунками з бюджетом	1620	70 971	7 388	21 047	9
розрахунками зі страхування	1625	7 211	4 776	3 635	
розрахунками з оплати праці	1630	32 486	23 243	17 974	
одержаними авансами	1635	5 852	3 552	4 586	
Поточні забезпечення	1660	61 632	56 356	45 332	14
Інші поточні зобов'язання	1690	413 476	354 024	230 300	15
Усього за розділом III	1695	3 077 826	2 414 977	2 045 764	
<b>БАЛАНС</b>	<b>1900</b>	<b>5 071 435</b>	<b>3 924 682</b>	<b>3 225 578</b>	

\*\* Усього зобов'язання і забезпечення, розраховані як сума рядків 1595 і 1695, складають 5 471 959 тисяч гривень на 31 грудня 2019 року (31 грудня 2018 року: 5 381 722 тисяч гривень; 1 січня 2018 року: 4 853 507 тисяч гривень).

\*\*\* Рядок «Інші довгострокові зобов'язання» включає кредити отримані від пов'язаних сторін (Примітка 12)

\*\*\*\* Товариство не подає окремі зобов'язання, а вказує їх в рядки 1515 і 1690 Звіту про фінансовий стан.

Керівник служби фінансової звітності

Корнієнко Т.М.

Головний бухгалтер

Буркало Г. В.

Звіт про фінансовий стан складено за підписом керівника служби фінансової звітності та головного бухгалтера, викладеними на сторінках 8 – 49, які є складовою частиною фінансової звітності.



Підприємства ТОВ «Сандора»

(назва)

Дата (рік, місяць, число)  
по СДРПОУКОДИ  
2020 01 01  
22430008Звіти про фінансові результати (Звіти про прибутки  
або збитки та інший сукупний дохід)

Форма N 2 Код по ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 р.	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 р.	Прим.
1	2	3	4	5
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2000	10 404 098	9 744 262	16
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 239 933)	(7 196 337)	
<b>Валовий:</b>				
прибуток	2090	3 164 165	2 547 925	
збиток	2095	-	-	
Інші операційні доходи	2120	5 800	7 235	
Адміністративні витрати	2130	(251 124)	(228 785)	
Витрати на збут	2150	(2 251 161)	(1 834 833)	18
Інші операційні витрати	2180	(52 043)	(10 176)	
<b>Фінансові результати від операційної діяльності:</b>				
прибуток	2190	615 637	481 366	
збиток	2195	-	-	
Інші фінансові доходи	2220	499 093	34 163	19
Інші доходи	2240	7 359	7 904	
Фінансові витрати	2250	(344 845)	(342 636)	20
Інші витрати	2270	(44 472)	(20 563)	
<b>Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:</b>				
прибуток	2290	732 772	160 234	
збиток	2295	-	-	
Дохід (витрати) з податку на прибуток	2300	(139 543)	(48 653)	21
<b>Чистий фінансовий результат:</b>				
прибуток	2350	593 229	111 581	
збиток	2355	-	-	

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 р.	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 р.	Прим.
1	2	3	4	5
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-	
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	593 229	111 581	

\* Рядок «Фінансові витрати» (рядок 2250) включає нараховані відсотки по кредитам та нараховані відсотки по орендним зобов'язанням (Примітка 20).

\*\* Усього чисті фінансові результати від операційної діяльності, як сума рядків 2190 і 2250, склали 154 248 тисяч гривень за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року, та 308 473 тисяч гривень за рік, що закінчився 31 грудня 2018 року.

Керівник служби фінансової звітності

Корнієнко Т.М.

Головний бухгалтер

Буркіало Г.В.

Звіти про фінансові результати (Звіти про прибутки або збитки та інший сукупний дохід) слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8-19, які є складовою частиною фінансової звітності

Підприємство

ТОВ «Сандора»  
(назва)Дата (рік, місяць, число)  
по ЄДРПОУ

КОДИ		
2020	01	01
22430008		

## Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Форма № 3 Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код рядка	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 р.	За рік, що закінчився 31 грудня 2019 р.	Прим.
1	2	3	4	5
<b>I. Рух коштів у результаті операційної діяльності</b>				
Находження від:				
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	13 360 175	12 287 976	
Повернення податків і зборів	3005	8 480	30 856	
Находження авансів від покупців і замовників	3015	2 299	3 550	
Находження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	2 529	2 530	
Находження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	1 029	1 593	
Інші находження	3095	21 701	20 344	
Витрачання на оплату:				
Товарів (робіт, послуг)	3100	(9 988 229)	(9 785 616)	
Праці	3105	(610 448)	(468 073)	
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(147 128)	(111 132)	
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(398 114)	(345 524)	
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-	-	
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(208 456)	(189 000)	
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(189 658)	(156 524)	
Інші витрачання	3190	(1 136 783)	(882 156)	
<b>Чистий рух коштів від операційної діяльності</b>	<b>3195</b>	<b>1 115 511</b>	<b>754 348</b>	
<b>II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності</b>				
Находження від реалізації:				
необоротних активів	3205	14 697	5 351	
Витрачання на придбання:				
необоротних активів	3260	(1 357 649)	(534 794)	
<b>Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності</b>	<b>3295</b>	<b>(1 342 952)</b>	<b>(529 443)</b>	
<b>III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності</b>				
Находження від:				
Власного капіталу	3300	266 287	256 308	
Отримання позик	3305	12 422 000	6 245 000	12
Витрачання на:				
Погащення позик	3350	(12 127 700)	(6 332 000)	12
Витрачання на сплату відсотків	3360	(363 481)	(335 474)	12
Витрачання на сплату заборгованості з оренди	3365	(16 529)	-	6, 12
<b>Чистий рух коштів від фінансової діяльності</b>	<b>3395</b>	<b>180 577</b>	<b>(166 166)</b>	
<b>Чистий рух грошових коштів за звітний період</b>	<b>3400</b>	<b>(46 864)</b>	<b>58 739</b>	
Залишок коштів на початок періоду	3405	107 625	57 144	
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	(13 062)	(8 258)	
<b>Залишок коштів на кінець року</b>	<b>3415</b>	<b>47 699</b>	<b>107 625</b>	

\* Рядок «Інші витрачання» за відсотковим розрахунком по угодах розвитку клієнтів у сумі 1 123 143 тисяч гривень (2018 рік): 870 824 тисяч гривень.

Керівник служби фінансів

Головний бухгалтер

Звіт про рух грошових коштів складено разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 49, які є складовою частиною фінансової звітності.



*(Signature)*

Корнієнко Т.М.

Буркало Г. В.

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «Сандора»	по ЄДРПОУ	2021   01   01 22430008
Територія	Миколаївська обл.	по КОАТУУ	4823383201
Організаційно-правова форма господарювання:	Товариство з обмеженою відповідальністю	по КОПФГ	240
Вид економічної діяльності:	Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	за КВЕД	46.39
Середня кількість працівників <sup>1</sup>	2990 чоловік		
Адреса, телефон	с. Миколаївське, Вітовський р-н, Миколаївська обл., 57262		
Одиниця виміру:	тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			
			v

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2021 р.**

Форма №1 Код по ДКУД 1801001

Активи	Код рядка	31 грудня 2021 р.	31 грудня 2020 р.	Прим.
I	2	3	4	5
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	508	1 250	
первісна вартість	1001	2 419	2 587	
накопичена амортизація	1002	(1 911)	(1 337)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	354 530	200 936	4
Основні засоби	1010	2 361 055	2 212 188	4
первісна вартість	1011	4 075 969	3 681 153	4
знос	1012	(1 714 914)	(1 468 965)	4
Відстрочені податкові активи	1045	152 228	170 640	22
Інші необоротні активи *	1090	101 428	80 590	5
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2 969 749</b>	<b>2 665 604</b>	
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси	1100	838 492	735 213	7
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 461 958	1 510 888	8, 17
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	73 956	39 576	
з бюджетом	1135	8 841	-	9
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	26 595	8 576	
Гроші та їх еквіваленти	1165	403 358	47 699	10
Витрати майбутніх періодів	1170	7 030	6 664	
Інші оборотні активи	1190	70 264	57 215	
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>2 890 494</b>	<b>2 405 831</b>	
<b>БАЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>5 860 243</b>	<b>5 071 435</b>	

\* Рядок «Інші необоротні активи» (р.1090) включає дебіторську заборгованість за розрахунками з бюджетом термін очікуваного погашення якої перевищує 12 місяців та актив з права користування. (Примітки 5 та 6).

Звіт про фінансовий стан слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 50, які є складовою частиною фінансової звітності



## Продовження дод. Б

(Продовження)

Капітал і зобов'язання	Код рядка	3 грудня 2021 р.	31 грудня 2020 р.	Прим.
1	2	3	4	5
<b>I. Власний капітал</b>				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2 008 573	986 277	11
Додатковий капітал	1410	8 256	8 256	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 697 537)	(1 395 057)	
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>319 292</b>	<b>(400 524)</b>	
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення **</b>				
Пенсійні зобов'язання	1505	1 798	1 775	
Інші довгострокові зобов'язання ***	1515	2 835 643	2 392 358	12, 13
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>2 837 441</b>	<b>2 394 133</b>	
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення **</b>				
Короткострокові кредити банків	1600	-	294 300	13
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	18 680	56 899	13
товари, роботи, послуги	1615	2 152 998	2 134 999	14
розрахунками з бюджетом	1620	8 150	70 971	9
розрахунками зі страхування	1625	5 193	7 211	
розрахунками з оплати праці	1630	30 973	32 486	
одержаними авансами	1635	11 488	5 852	17
Поточні забезпечення	1660	34 189	61 632	15
Інші поточні зобов'язання	1690	441 839	413 476	16
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>2 703 510</b>	<b>3 077 826</b>	
<b>БАЛАНС</b>	<b>1900</b>	<b>5 860 243</b>	<b>5 071 435</b>	

\*\* Усього зобов'язання і забезпечення, розраховані як сума рядків 1595 і 1695, складають 5 540 951 тисяч гривень на 31 грудня 2020 року (31 грудня 2019 року: 5 474 950 тисяч гривень).

\*\*\* Рядок «Інші довгострокові зобов'язання» (р. 1515) включає кредити отримані від пов'язаних сторін (Примітка 13)

\*\*\*\* Товариство не подає орендні зобов'язання окремо, наведено їх в рядки 1515 і 1690 Звіту про фінансовий стан.

Керівник служби фінансового контролю

Корнієнко Т.М.

Головний бухгалтер

Буркало Г. В.

Звіт про фінансовий стан слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 50, які є складовою частиною фінансової звітності.

Підприємство ТОВ «Сандора»  
(назва)Дата (рік, місяць, число)  
по ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	01	01
22430008		

Звіт про фінансові результати (Звіт про прибутки або збитки та інший сукупний дохід)  
за 2021 рік

Форма N 2 Код по ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За рік, що закінчився 31 грудня 2021 р.	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 р.	Прим.
1	2	3	4	5
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2000	10 341 642	10 404 098	17
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 126 744)	(7 239 933)	
<b>Валовий:</b>				
прибуток	2090	3 214 898	3 164 165	
збиток	2095	-	-	
Інші операційні доходи	2120	7 394	5 800	
Адміністративні витрати	2130	(324 900)	(251 124)	
Витрати на збут	2150	(2 322 310)	(2 251 161)	19
Інші операційні витрати	2180	(14 055)	(52 043)	
<b>Фінансові результати від операційної діяльності:</b>				
прибуток	2190	561 027	615 637	
збиток	2195	-	-	
Інші фінансові доходи	2220	4 662	499 093	20
Інші доходи	2240	9 235	7 359	
Фінансові витрати	2250	(767 853)	(344 845)	21
Інші витрати	2270	(91 139)	(44 472)	
<b>Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:</b>				
прибуток	2290	-	732 772	
збиток	2295	(284 068)	-	
Дохід (витрати) з податку на прибуток	2300	(18 412)	(139 543)	22
<b>Чистий фінансовий результат:</b>				
прибуток	2350	-	593 229	
збиток	2355	(302 480)	-	

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За рік, що закінчився 31 грудня 2021 р.	За рік, що закінчився 31 грудня 2020 р.	Прим.
1	2	3	4	5
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-	
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(302 480)	593 229	

\* Рядок «Фінансові витрати» (рядок 2250) включає нараховані відсотки по кредитах та нараховані відсотки по орендним зобов'язанням (Примітка 21).

\*\* Усього чисті фінансові витрати, нараховані як сума рядків 2220 і 2250, складають 763 191 тисяч гривень за рік, що закінчився 31 грудня 2020 р. (чисті фінансові доходи за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року: 154 248 тисяч гривень).

Керівник служби фінансового контролю \*

Корнієнко Т.М.

Головний бухгалтер

Буркало Г. В.

Звіт про фінансові результати (Звіт про прибутки або збитки та інший сукупний дохід) слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 50, які є складовою частиною фінансової звітності

Підприємство ТОВ «Сандора»  
(назва)Дата (рік, місяць, число) 2021 01 01  
по ЄДРПОУ 22430008

КОДИ
2021 01 01
22430008

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)  
за 2021 рікФорма № 3 Код за ДКУД 1801004

Статья	Код рядка	За рік, що	За рік, що	Прим.
		закінчився 31 грудня 2021 р.	закінчився 31 грудня 2020 р.	
1	2	4	3	5
<b>I. Рух коштів у результаті операційної діяльності</b>				
Надходження від:				
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	13 713 916	13 360 175	
Повернення податків і зборів	3005	-	8 480	
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	-	2 299	
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	3 413	2 529	
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	1 828	1 029	
Інші надходження	3095	8 423	21 701	
Витрачання на оплату:				
Товарів (робіт, послуг)	3100	(9 969 189)	(9 664 703)	2 (a)
Праці	3105	(700 093)	(610 448)	
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(174 387)	(147 128)	
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(948 847)	(721 640)	
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	-	-	
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(737 287)	(531 982)	2 (a)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(211 560)	(189 658)	
Інші витрачання *	3190	(1 236 895)	(1 136 783)	
<b>Чистий рух коштів від операційної діяльності</b>	<b>3195</b>	<b>698 169</b>	<b>1 115 511</b>	
<b>II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності</b>				
Надходження від реалізації:				
необоротних активів	3205	13 227	14 697	
Витрачання на придбання:				
необоротних активів **	3260	(756 390)	(1 357 649)	
<b>Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності</b>	<b>3295</b>	<b>(743 163)</b>	<b>(1 342 952)</b>	
<b>III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності</b>				
Надходження від:				
Власного капіталу	3300	1 022 296	266 287	11 (a)
Отримання позик	3305	2 930 000	12 422 000	13
Витрачання на:				
Погашення позик	3350	(3 224 300)	(12 127 700)	13
Витрачання на сплату відсотків	3360	(284 931)	(363 481)	13
Витрачання на сплату заборгованості з оренди	3365	(33 161)	(16 529)	6, 13
<b>Чистий рух коштів від фінансової діяльності</b>	<b>3395</b>	<b>409 904</b>	<b>180 577</b>	
<b>Чистий рух грошових коштів за звітний період</b>	<b>3400</b>	<b>364 910</b>	<b>(46 864)</b>	
Залишок коштів на початок періоду	3405	47 699	107 625	
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	(9 251)	(13 062)	
Залишок коштів на кінець року	3415	403 358	47 699	10

\* Рядок «Інші витрачання» (р.3190) включає розрахунки по угодам розвитку клієнтів у сумі 1 228 458 тисяч гривень (2019 рік: 1 123 143 тисяч гривень).

\*\* В рядку «Витрачання на придбання необоротних активів» (р.3260) суми представлені з ПДВ.

Керівник служби фінансового контролю

Корнієнко Т.М.

Головний бухгалтер

Буркало Г. В.

Звіт про рух грошових коштів слід читати разом з примітками, викладеними на сторінках 8 – 50, які є складовою частиною фінансової звітності



Ректорові Національного ТУ  
«Дніпровська політехніка»  
проф. Олександр АЗЮКОВСЬКОМУ

**ЛИСТ-ЗАМОВЛЕННЯ**  
**на виконання кваліфікаційної роботи**

Просимо Вас доручити студентці групи 072-18-1 Фінансово-економічного факультету Навчально-наукового інституту економіки спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Катерині ДЕНИСЕНКО виконати кваліфікаційну роботу магістра на тему: «Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «САНДОРА»)».

Актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи полягає в необхідності проведення постійного планування, аналізу, контролю та регулювання прибутку підприємств для підвищення ефективності їх діяльності в оперативному та стратегічному періодах.

Головний бухгалтер  
ТОВ «САНДОРА»



Буркало Г.В.

**РЕЦЕНЗІЯ**

на кваліфікаційну роботу студента  
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»  
фінансово-економічного факультету  
навчально-наукового інституту економіки  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»  
на тему «Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «САНДОРА»)»  
**Катерини ДЕНИСЕНКО**

Кваліфікаційна робота присвячена аналізу прибутку підприємства на прикладі ТОВ «САНДОРА» та виявленню найбільш оптимальних способів прогнозування прибутку.

У роботі розкрито сутність прибутку як економічної категорії, визначено фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на формування прибутку підприємства, досліджено альтернативні способи підвищення рівня прибутку, розглянуто можливість функціонування підприємства під час форс-мажорних обставин

Досліджено динаміки та структури показників фінансового стану ТОВ «САНДОРА». Обґрунтовано методичні підходи щодо планування прибутку ТОВ «САНДОРА» у плановому періоді з метою підвищення ефективності його діяльності.

Отримані в кваліфікаційній роботі результати носять реальний характер і можуть бути використані ТОВ «САНДОРА» в розробці рекомендацій щодо прогнозування прибутку підприємства в сучасних умовах ринку.

Слід зазначити, що кваліфікаційна робота виконана в повному обсязі, зміст відповідає тематиці роботи, тому заслуговує оцінки «відмінно».

Головний бухгалтер  
ТОВ «САНДОРА»



Буркало Г.В.

**ВІДЗИВ**  
**на кваліфікаційну роботу студентки групи 072-18-1**  
**Денисенко Катерини В'ячеславівни**  
**«Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «Сандора»)»,** представленої  
для присвоєння ступеня бакалавр за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та  
страхування»

**1. Мета кваліфікаційної роботи** – оцінка формування прибутку підприємства на прикладі ТОВ «Сандора» та теоретичне обґрунтування найбільш ефективного методичного підходу щодо його планування в оперативному періоді.

**2. Обрана тема актуальна** у зв'язку з тим, що обґрунтування вибору найкращого варіанту планування прибутку є невід'ємною умовою ефективного функціонування підприємства в майбутніх періодах.

**3. Зв'язок теми роботи з об'єктом діяльності бакалавра зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування».** Тема кваліфікаційної роботи безпосередньо пов'язана з об'єктом діяльності бакалавра спеціальності «Фінанси, банківська справа і страхування»

**4. Задачі кваліфікаційної роботи** містять елементи аналізу, що відповідають вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики бакалавра.

**5. Автором досліджено** методичні підходи до планування та формування прибутку підприємства.

**6. Робота з керівником.** Студентка Денисенко К.В. виконувала роботу самостійно, відвідувала консультації. Кваліфікаційна робота містить обґрунтування найкращого методу планування чистого прибутку для ТОВ «Сандора». Автором досліджено вплив соціальної відповідності бізнесу на прибуток.

**7. Самостійність при виконанні та оформленні результатів досліджень.** Ступінь самостійності виконання кваліфікаційної роботи – високий.

**8. Виконання презентації.** Презентація віддзеркалює основні положення кваліфікаційної роботи, є логічно структурованою.

**9. Дотримання стандартів.** Оформлення пояснювальної записки виконано у відповідності зі стандартами ЄСКД.

**10. Робота Денисенко К.В. виконана на замовлення підприємства та отримала відмінну оцінку його керівництва.**

**Таким чином констатуємо, що кваліфікаційна робота Денисенко К.В. рекомендується до захисту з оцінкою 90 балів.**

Науковий керівник  
кваліфікаційної роботи  
к.е.н., доц.



Д.С. Букресва



ТОВ "Видавничий дім "Гельветика"  
вул. Інглезі, 6/1, м. Одеса, Україна, 65101  
+38 (063) 121 39 75  
journal@economyandsociety.in.ua  
www.economyandsociety.in.ua

ЕКОНОМІКА  
та СУСПІЛЬСТВО

# Сертифікат

Видано **Букреєвій Дар'ї Сергіївні**, кандидату економічних наук, доценту; **Денисенко Катерині Вячеславівні**, студентці, що статтю на тему «Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект» розміщено в електронному науковому фаховому виданні «Економіка та суспільство» Випуск № 38/2022 (рекомендовано до поширення в мережі інтернет Вченою радою наукового відділу економічних досліджень Видавничого дому «Гельветика» 26.04.2022 р., протокол № 19).

Видання включено до Переліку електронних фахових видань України (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 26 листопада 2020 року № 1471 (Додаток № 3).

## Бібліографія статті:

Букреєва Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект.

*Економіка та суспільство.* 2022. № 38. URL:  
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316>

DOI: 10.32782/2524-0072/2022-38-52

Головний редактор,  
кандидат економічних наук



Олег Головка

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-52>

УДК 336.027-336.025

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FOR BUSINESS AS BASIS FOR PROVISION OF BUSINESS ACTIVITIES: EUROPEAN INTEGRATION ASPECT

**Букреєва Дар'я Сергіївна**

кандидат економічних наук, доцент,

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3175-5193>**Денисенко Катерина В'ячеславівна**

студентка,

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3687-0214>**Bukreieva Daria, Denysenko Kateryna**

Dnipro University of Technology

Стаття присвячена актуальним питанням у сфері соціальної відповідальності бізнесу як фактору забезпечення ділової активності та її розвитку в Україні у сучасних реаліях. Окреслено основні прояви соціальної відповідальності у корпоративній етиці та виявлено її вплив на успішність діяльності суб'єктів господарювання через підвищення їх ділової активності. Для вирішення поставленої мети використано порівняльний метод на основі аналізу статистичної інформації для оцінки застосування європейської практики на український бізнес та стандартів, затверджених програмними документами Європейського Союзу. Досліджено рівень соціальної відповідальності українських підприємств та визначено шляхи до підвищення їх ділової активності через формування позитивного іміджу компанії, підвищення репутації та встановлення міцних зв'язків з клієнтами та партнерами. Досліджено особливості розвитку соціальної відповідальності під час надзвичайного положення, зокрема під час війни. Розроблено рекомендації щодо імплементації європейської моделі соціальної відповідальності як основи ділової активності відповідно до цінностей та особливостей українського суспільства.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, євроінтеграція, ділова активність, конкурентоспроможність.

The article is devoted to topical issues in the field of corporate social responsibility as a factor in ensuring business activity and its development in Ukraine in modern realities. The main manifestations of social responsibility in corporate ethics are outlined and its influence on the efficiency of economic entities through increasing their business activity is revealed. To achieve this goal, a comparative method based on the analysis of statistical information was used to assess the application of European practice in Ukrainian business and the standards approved by the European Union's programming documents. The level of social responsibility of Ukrainian enterprises and their ways to increase business activity through the formation of a positive image of the company, increase the reputation and strong relationships with customers and partners. The urgency of attracting social responsibility during an emergency situation, namely war is also analyzed. The main areas of business that have restructured their budgets to allocate funds for social problems during martial law are highlighted. Recommendations for the implementation of the European model of social responsibility in accordance with the values and characteristics of Ukrainian society have been developed. The advantages received by both enterprises and society are synthesized. A mechanism has been identified to improve the level of social responsibility that is being implemented by increasing economic freedom and reducing corruption. The main priority measures for the development of social responsibility in Ukraine are concepts such as state promotion of the importance of social responsibility, creation of a state fund and raising funds from local budgets, providing various tax benefits and moral incentives for entrepreneurs, introduction of mandatory social reporting at the national level, companies that can place shares on stock exchanges, participate in government tenders, etc. Also, the introduction of mandatory initiatives that would constantly draw public attention to social issues, both environmental and humanitarian.

**Keywords:** corporate social responsibility, european integration, business activity, competitiveness.



**Постановка проблеми.** Сьогодні у діяльності вітчизняних та зарубіжних підприємств поряд з економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності та досягненні високої прибутковості починають відігравати неекономічні показники – рівень соціального захисту працівників, запровадження механізмів контролю якості, екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій. І тому соціальна відповідальність бізнесу останніми роками перетворюється на загальносвітову бізнес-концепцію, котра визначає сучасний формат підприємницької діяльності.

В Україні ж соціальна відповідальність тільки починає формуватися, тому необхідність активізації впровадження принципів соціальної відповідальності в життя суспільства та економічних інституцій, викликана необхідністю створення позитивного іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках в процесі залучення України до глобалізаційних та інтеграційних міжнародних процесів, що визначає актуальність даного дослідження.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання соціальної відповідальності бізнесу у своїх працях висвітлювали вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Фрідман, П. Друкер, Т. Бредгард, Ф. Котлер, І.Г. Савченко та ін. Роль соціальної відповідальності у формуванні репутації підприємств в Україні та використання європейського досвіду державного регулювання соціальної відповідальності було визначено у роботі Липової П.І. та Боднарука О.В.

Проте, враховуючи євроінтеграційний вектор розвитку національної економіки, питання приведення у відповідність до європейських стандартів норм соціальної відповідальності бізнесу все ще залишаються дискусійними та потребують подальшого дослідження.

**Формулювання цілей статті.** Тому метою даного дослідження є формування рекомендації щодо імплементації європейської моделі побудови соціальної відповідальності як основи ділової активності підприємства, до українського суспільства з урахуванням його цінностей та особливостей.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Культура соціальної відповідальності почала формуватися в світі ще в 1960-ті роки і останні 40 років активно розвивалася, отримуючи все більшу підтримку великих, а з часом – і малих підприємств. Зараз соціальна відповідальність сприяє розвитку і підвищенню іміджу підприємства, а у довгостроковій перспективі – підприємства з більш високим рівнем соціальної відповідальності,

як основа забезпечення ділової активності, мають більше конкурентних переваг та стійку тенденцію економічного зростання. З підвищенням рівня довіри підвищуються доходи, що в свою чергу впливає на розвиток та успішність підприємства на ринку.

Соціальна відповідальність – це бажання компанії підтримувати соціальні проблеми як окремого напрямку в межах однієї країни, так і на світовому тлі. Соціальна відповідальність – це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу. Кращі світові компанії використовують дану концепцію для того, щоб балансувати між прямим заробітком і розв'язанням соціальних проблем.

Звертаючись до теоретичних засад варто зазначити, що у багатьох розроблених концепціях соціальної відповідальності часто заміщувалася іншими визначеннями. Так, найбільш відомими серед них є «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу», тощо.

Для точнішого розуміння сутності соціальної відповідальності розглянемо тлумачення даної категорії в різних джерелах.

Класичне визначення корпоративної соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [3].

СВБ у програмних документах Європейського Союзу (ЄС) розглядається як дієвий інструмент, що «пропонує перелік цінностей, на основі яких можна побудувати більш згуртоване суспільство і здійснити перехід до сталої економічної системи» [11]. Варто зазначити, що СВБ поширюється на такі основні напрями: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Тенденції привертання уваги населення до соціальних проблем через відомі імена почали розвиватися останні 15 років. Згідно статистики, серед 1 221 компанії, опитаних у жовтні 2005 року, усвідомленість щодо терміну «соціальна відповідальність» склала близько 78% опитаних компаній, але близько 34% з них погодилися з думкою, що вирішення соціальних проблем – це задача лише держави і бізнес не має ніякого відношення до цього [1]. Проте вже сьогодні, у зв'язку з подіями,

які відбувались в світі з 2020 року (пандемія COVID-19) та розвитком соціальних мереж, активна та чітка соціальна позиція підприємств стала ще актуальнішим питанням, яка забезпечує його конкурентоспроможність на світових ринках. Адаже в часи важкої економічної ситуації в країні саме великі приватні підприємства можуть допомогти вирішити велику кількість соціальних проблем. Так, закупівля масок та антисептичних засобів для населення під час пандемії COVID-19 або розробка вакцин приватними фармацевтичними компаніями, є прикладом соціальної відповідальності бізнесу.

В Україні соціальна відповідальність тільки починає розвиватись. Найбільше підприємства звертають свою увагу на близьке коло стейкхолдерів – власників, державу і персонал. Найбільш специфічною рисою СВБ, притаманною українському бізнесу, є благодійність і спонсорство – основні поняття, за якими сприймається соціальна відповідальність в Україні [18].

Для того, щоб перевірити доцільність розвитку культури і соціальної відповідальності в Україні, нами було проаналізовано позиції України відносно провідних країн Європи за 2018–2020 рр. у декількох міжнародних рейтингах, які в сукупності формують загальний рівень соціальної відповідальності країни (табл. 1).

Основними принципами СВБ, як було вище зазначено, є турбота про навколишнє середовище, ефективність державної політики в сфері екології, економічна безпека підприємств, податкова та грошова свобода, а також рівень сприйняття корупції на всіх етапах роботи бізнесу, починаючи від внутрішнього життя компанії, закінчуючи протидією корупційним схемам на рівні держави. На під-

ставі цих принципів, було прийнято рішення, що індекс екологічної ефективності, індекс економічної свободи та індекс сприйняттю корупції найяскравіше розкривають рівень соціальної відповідальності українського бізнесу на фоні провідних країн світу.

Отже, як свідчать дані таблиці, можна зробити висновки, що сукупний рейтинг України за показником соціальної відповідальності знаходиться на низькому рівні. Приклад європейських країн показує, що соціальна відповідальність активно впливає на формування позитивного іміджу компанії, підвищення репутації та встановлення міцних зв'язків з клієнтами та партнерами.

На фоні провідних Європейських країн, які найчастіше знаходяться в топ-20 вищезазначених рейтингах за останні три роки, а також враховуючи євроінтеграційні процеси України, вважаємо за доцільне більш детально вивчити особливості європейської моделі побудови соціальної відповідальності бізнесу з метою її подальшої імплементації до українського суспільства з урахуванням його цінностей та особливостей.

Варто відмітити, що соціальна відповідальність бізнесу має ряд переваг як для підприємств, так і для суспільства в цілому. Для чіткого розуміння причин, з яких слід вводити соціальну відповідальність в Україні, було виділено по п'ять основних переваг (табл. 2).

Європейська модель соціальної відповідальності «компанії учасників» (stakeholders' company) орієнтується на рівноправну взаємодію з численними стейкхолдерами – від місцевих громад до організацій, які відображають різні соціально значущі інтереси. Виявлені суспільні потреби задовольняються з

Таблиця 1

## Місце України та провідних країн Європи в рейтингах, які визначають рівень СВБ

Рік	Україна			Німеччина			Франція			Велика Британія			Швейцарія			Данія		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
<i>Рейтинг за індексом екологічної ефективності</i>																		
Місце країни у рейтингу	109	60	60	13	10	10	2	5	5	6	4	4	1	3	3	3	1	1
<i>Рейтинг за індексом економічної свободи</i>																		
Місце країни у рейтингу	150	147	130	25	24	16	71	71	52	8	7	24	4	4	2	12	14	10
<i>Рейтинг за індексом сприйняття корупції</i>																		
Місце країни у рейтингу	120	126	117	11	9	9	21	23	23	11	12	11	3	4	3	1	1	1

Джерело: розроблено авторами на основі [13–15]

Таблиця 2

## Переваги, які отримують підприємства та суспільство від запровадження СВ

Переваги, які отримують підприємства	Переваги, які отримує суспільство
підвищення лояльності та довіра до компанії, її товарів та послуг	встановлення партнерських відносин між бізнесом, урядом та громадськістю
підвищення лояльності та довіра до компанії, її товарів та послуг	надання цільової допомоги громадянам
розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу	розвиток соціального захисту населення
відповідність нормам і стандартам світового економічного співтовариства	підтримка громадських ініціатив, проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення
створення безпечного середовища для діяльності та розвитку компанії за допомогою власної корпоративної політики	залучення інвестицій в соціальні проекти

Джерело: розроблено авторами на основі [17]

Таблиця 3

## Порівняльний аналіз інструментів підтримки СВБ в Європі та Україні

Характерні риси СВБ	Інструменти підтримки в Європі	Інструменти підтримки в Україні
Участь урядових структур в розвитку СВБ	<p>Документи, які країни Європейського Союзу використовують при розробці національної політики з СВБ.</p> <p>Серед них:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «План ЄС щодо захисту довкілля»</li> <li>– закріплено основні напрями діяльності держав Європейського Союзу в сфері захисту довкілля;</li> <li>– «Політика інтегрованого продукту» («IPP»), створена для того, щоб відстежувати вплив виробничих процесів на довкілля та стимулювати інтеграції найбільш ефективних способів виробництва;</li> <li>– «Загальна система екоменеджменту і аудиту» (EMAS), яка рекомендує систему оцінки і звітності з СВБ і спрямована на впровадження в діяльності компанії екологічно дружнього менеджменту;</li> <li>– «Європейська ініціатива екологічної ефективності» (EEEI), спрямована на інтеграцію принципів екологічної ефективності в промислові і економічні стратегічні плани компаній;</li> <li>– Резолюція Європарламенту «Стандарти ЄС для європейських підприємств, що здійснюють свою діяльність в країнах, що розвиваються: назустріч Європейському корпоративному кодексу поведінки» пропонує створення європейського типового корпоративного кодексу поведінки;</li> <li>– Стратегія «Європа 2020: стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання» (прийнята 25 жовтня 2011 року), в якій представлені нові напрями розвитку СВБ в ЄС [6].</li> </ul>	<p>Стратегія сприяння розвитку СВБ розвивається в трьох напрямках:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Реформа оподаткування. Включає зниження податкового пресу, дає можливість підприємствам розвивати свої основні фонди і нагромаджувати обігові кошти. Тобто, у підприємств з'являються додаткові кошти, які можуть бути використані, у тому числі і на розвиток соціальних програм;</li> <li>– Удосконалення пенсійної системи. Оновлене пенсійне законодавство підвищує зацікавленість працівників в отриманні легальної зарплати. Роботодавець і працівник виступають як соціальні партнери, але працівник, зацікавлений у фінансовому забезпеченні власної старості;</li> <li>– Інноваційні і наукомісткі проекти. Реалізується за допомогою накопичувальної схеми технопарків, яка припускає пільгове оподаткування. З розвитком третього напрямку відкривається можливість підтримувати науково-технічний потенціал країни і зберегти вітчизняні наукові кадри [7–8].</li> </ul>

(Продовження таблиці 3)

Характерні риси СВБ	Інструменти підтримки в Європі	Інструменти підтримки в Україні
Розвинена система освіти співробітників	<p>Складовими системи післядипломної освіти є різноманітні форми підвищення кваліфікації та перепідготовки. Професійне підвищення кваліфікації поділяється таким чином:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) підвищення кваліфікації на підприємстві;</li> <li>2) підвищення кваліфікації для безробітних;</li> <li>3) індивідуальне підвищення кваліфікації.</li> </ol> <p>У професійному підвищенні кваліфікації найбільшого значення надається заходам, що пов'язані з адаптацією до підвищених вимог праці. Якщо професійну освіту переважна більшість майбутніх робітників здобуває у дуальній системі, то гарантоване професійне підвищення кваліфікації відбувається у різних освітніх сферах. Зкладами, де здійснюється професійне підвищення кваліфікації, є: підприємства, школи спеціальностей для підготовки майстрів виробничого навчання, професійні школи, технічні академії, вечірні школи, система заочного навчання, навчальні курси при вищих школах, об'єднання роботодавців, навчальні курси при Федеральній службі праці та при земельних і місцевих службах праці, а також при Палатах (ремісничих, торговельних) [9].</p>	<p>Система управління післядипломною освітою будується відповідно до законів України "Про освіту", "Про вищу освіту" та поєднує централізовані та децентралізовані форми керівництва фаховим зростанням спеціалістів на рівні регіонів, областей та районів, відповідно до потреб галузей.</p> <p>Координуючим центром післядипломної освіти є Міністерство освіти і науки України, яке співпрацює у цьому напрямі з усіма галузевими міністерствами та відомствами, Академією наук України та галузевими академіями, що мають у своєму підпорядкуванні відповідні навчальні заклади та підрозділи, а також з мережею недержавних закладів післядипломної освіти.</p> <p>Заклади післядипломної освіти незалежно від їх статусу, підпорядкування і форм власності повинні забезпечувати якість освіти відповідно до вимог державних стандартів освіти. Відповідність освітніх послуг державним стандартам освіти визначається Міністерством освіти і науки України разом із засновником шляхом ліцензування, атестації, акредитації та інспектування.</p> <p>Заклади післядипломної освіти у встановленому порядку можуть створювати навчально-науково-виробничі комплекси, об'єднання, центри видавництва, філії, базові (експериментальні) заклади освіти, навчально-консультаційні пункти тощо, входить до складу навчально-науково-виробничих комплексів.</p>
Підвищений інтерес з боку ЗМІ	<p>В Європі засоби масової інформації беруть активну участь у висвітленні роботи компаній в рамках реалізації проекту соціальної відповідальності:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– відбувається інформування населення про соціально-відповідальні бізнеси і кращі практики через ЗМІ;</li> <li>– запроваджується механізм соціальних та еко-лейблів, які інформують покупців про соціально відповідальну поведінку компаній;</li> <li>– інформаційні центри, закликають ЗМІ до пропаганди, обговоренню проблем, інформування читачів про кращих національних і зарубіжних практиках у галузі СВБ [10].</li> </ul>	<p>Зараз в Україні засоби масової інформації тільки починають активізуватися у сфері освітлення інформації відносно ЗМІ. Таким чином зараз в країні відбувається:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– створення єдиного порталу корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення обізнаності щодо реалізації Національної стратегії СВБ в Україні;</li> <li>– проведення державної інформаційної кампанії, в т.ч. з підтримки публікації статей та підготовки телепрограм з тематики СВБ у ЗМІ, в тому числі державних;</li> <li>– проведення періодичних конференцій з питань впровадження та результативності СВБ в Україні за підтримки державних органів влади та із залученням органів місцевої влади, місцевих громад, ЗМІ та організацій громадянського суспільства, академічних кіл.</li> </ul>

(Закінчення таблиці 3)

Характерні риси СВБ	Інструменти підтримки в Європі	Інструменти підтримки в Україні
Відкрита нефінансова звітність підприємств в області СВБ	На європейському просторі питаннями нефінансового звітування та принципів її просування опікується уряд ЄС. Європейським Парламентом було послідовно розроблено концептуальні та стратегічні документи у сфері корпоративної соціальної відповідальності; визначено форми співробітництва між Європейською Комісією та компаніями для поширення сталого розвитку та прийнято низку директив (Директива 2013/34/ЄС, Директива 2014/95/ЄС) і рекомендацій щодо їх застосування (Повідомлення Європейської Комісії 2017/С 215/01 Керівництво з нефінансової звітності (методологія звітності з нефінансової інформації). Складання та опублікування нефінансової звітності є елементом системи захисту прав споживачів. Клієнти стають більш обізнаними щодо якості продукції, про виробничий процес, в результаті чого можуть зробити усвідомлений вибір, не ризикуючи втратити вкладені у продукцію кошти. Також, споживачам гарантується збереження якості продукції на належному рівні, а також відповідний сервіс як під час здійснення покупки, так і в період гарантійного обслуговування [11].	На сьогодні в Україні соціально відповідальних компаній дуже мало, а тому цінність їхнього досвіду в цій сфері досить значна. На сучасному етапі економічного розвитку вітчизняні компанії у своїй діяльності вже розпочали складати соціальний звіт. Така звітність про соціальну та екологічну відповідальність, дають можливість проводити контроль та аналіз діяльності підприємства в сфері охорони навколишнього середовища та соціального забезпечення. Але в більшості українських компаніях нефінансові звіти мають ряд недоліків які полягають в наданні загальної інформації без зазначення кількісних та вартісних нефінансових показників та інформації про стратегічні плани. Без такої інформації неможливо розраховувати на отримання вигоди від Таврійський державний агротехнологічний університет 210 нефінансового звітування в повному обсязі. У багатьох випадках показники що використовуються у соціальній звітності у сфері стійкого розвитку, переважно є вибірковими і несистемними, які безпосередньо не відповідають основним критеріям соціального та екологічного розвитку підприємств. Відсутня чітка стандартизована форма соціальної звітності, що ускладнює можливість порівняння між собою соціальних звітів компаній [12].

*Джерело: розроблено авторами на основі [6–12]*

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

урахуванням можливостей, що надаються національній економіці і бізнесу інноваційною моделлю економічного розвитку, причому інновації впроваджуються не тільки в виробничу сферу, а й в сферу трудових відносин, сферу взаємодії з навколишнім середовищем, що стає невід'ємною частиною стратегії розвитку бізнесу. Лідерами в реалізації європейської моделі СВБ є компанії, що функціонують в галузях, орієнтованих, перш за все, на споживача, – підприємства харчової та фармацевтичної промисловості, роздрібної торгівлі тощо [5].

Досліджуючи європейський досвід СВБ на національному рівні, можна виявити наявність спільних рис, характерних для всіх європейських компаній. Так, європейські компанії

воліють солідарну відповідальність, у всіх країнах ступінь залученості держави і значимість державного регулювання в сфері СВБ традиційно вище, ніж в інших розвинених регіонах, однак при цьому саме європейські компанії є традиційними лідерами в даній сфері. Серед найбільш поширених сфер СВБ для всіх країн ЄС можна назвати проблеми зайнятості, освіти та охорону здоров'я [5].

Відмінними рисами європейської моделі СВБ, що характеризують її сутність, варто вважати: участь урядових структур в розвитку СВБ; розвинена система освіти співробітників; підвищений інтерес з боку ЗМІ; відкрита нефінансова звітність підприємств в області СВБ.

В таблиці 3 представлено порівняльний аналіз інструментів підтримки СВБ в Європі



та Україні за всіма характерними рисами європейської моделі СББ.

Таким чином, вивчення світового та вітчизняного досвіду соціальної відповідальності бізнесу свідчить про великі можливості та перспективи реалізації найважливіших соціальних проєктів для національної економіки.

Варто зазначити, що значний вплив на роль та розвиток соціальної відповідальності в бізнесі в Україні стала війна, яка почалася у лютому 2022 року. Через надзвичайний стан структура витрат до доходів компаній дещо змінилася, але основну роль у збільшенні витрат на соціальну відповідальність зіграла громадянська позиція власників та працівників. Підтримка держави, Збройних Сил України та власних працівників стало основною задачею українських підприємств.

Згідно з опитуванням дослідницької компанії Factum Group Ukraine [16] близько 67% українських підприємств реструктурували свої бюджети та додали соціальну відповідальність як окремий пункт бюджету балансу. Найбільш значущою лишається допомога від українських підприємств, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку (46%). Далі згадують про допомогу від виробництва продуктів харчування/харчової промисловості (38%), логістики та доставки (34%), банківської сфери/фінансів (32%), компаній ІТ сектору (28%) (рис. 1).

Отже, враховуючі сучасні умови найкращим механізмом для покращення рівня соціальної відповідальності можуть стати зміни на державному рівні, шляхом підвищення економічної

свободи та зниженню корупції. Також введення обов'язкових ініціатив, які б на постійній основі привертали увагу громадськості до соціальних проблем, як екологічного, так і гуманітарного характеру. Не менш важливим є підтримка вразливих верств населення. Обов'язкове введення квот для людей з обмеженими можливостями, якщо це не загрожує їх життю, створення внутрішнього пенсійного фонду для працівників шляхом стягування відсотків від зарплатні та формування особистих фінансових нагромаджень. Обов'язкове медичне страхування теж є невід'ємною частиною соціальної культури та сприяє збільшенню лояльності працівників. Тобто, через державне урегулювання, рівень соціальної відповідальності буде зростати з кожним роком та розповсюджуватися не лише на великі компанії, а й на малі суб'єкти господарювання, що призводитиме до визначення соціальної відповідальності як невід'ємної частини корпоративної культури.

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що євроінтеграція не лише висуває вимоги щодо проведення інституційних реформ у сфері соціально-економічного розвитку України, а й створює рамкові умови та драйвери для їх реалізації. Серед найбільш оптимальних механізмів соціального розвитку та інституційної модернізації національної економіки у європейській практиці визнана система соціальної відповідальності бізнесу. Імплементация положень європейського законодавства в частині норм СББ є вкрай важливим завданням здій-



Рис. 1. Сфери, які допомагають під час військового стану

Джерело: розроблено авторами на основі [16]

снення реформ в Україні, оскільки вони можуть слугувати основою для модернізації інституційного середовища національної економіки та індикатором її успішності. Вважаємо, що основними пріоритетними заходами щодо розвитку соціальної відповідальності в Україні має стати: державна пропаганда важливості соціальної відповідальності, її переваг та потреб для суспільства; створення державного фонду та залучення коштів з місцевих бюджетів для

часткового співфінансування соціальних проєктів, що реалізуються приватними підприємствами; надання різноманітних податкових пільг та створення моральних стимулів для підприємців, які інвестували в соціально важливі проєкти; запровадження на національному рівні обов'язкової соціальної звітності для компаній, які можуть розміщувати акції на фондових біржах, брати участь у державних тендерах, отримувати певні ліцензії тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Офіс ООН в Україні, «Соціальна відповідальність українського бізнесу: результати опитування». URL: [http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp\\_otnosheniya/soc\\_otvetstvennost.pdf](http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/soc_otvetstvennost.pdf)
2. Липова П.І. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні репутації комерційних компаній в Україні. URL: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova\\_mahisterska\\_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova_mahisterska_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
3. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
4. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309strategiya\\_spryannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309strategiya_spryannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf)
5. Попова А.В. Социальная ответственность бизнеса: диалектика парадигм. Научное издание. Москва : Союз Дизайн, 2012. 376 с.
6. Боднарук О.В. Європейський досвід державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. Маріуполь, 2016.
7. Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії : Закон України від 5 жовтня 2000 року № 2017-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14>
8. Про підприємства в Україні : Закон України від 27 березня 1991 року № 887-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12>
9. Сисоєва С.О. Професійна освіта в системі неперервної освіти. *Теорія і практика управління соц. системами: філософ., психологія, педагогіка, соціол.* 2000. № 1. С. 46–52.
10. Результати дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність через призму ЗМІ». Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності. URL: [http://csr-ukraine.org/krugliy\\_stil.html](http://csr-ukraine.org/krugliy_stil.html)
11. Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) (2017/C215/01). 2017. URL: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN)
12. Панков Д. Проблемы развития финансового учета в условиях глобализации. *Accounting & Audit System Integration into European Union Area. New challenges and opportunities*. The Papers of International Conference, 6-7<sup>th</sup> October, 2005. P. 164–168.
13. Environmental Performance Index | Environmental Performance Index (yale.edu). URL: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/epi>
14. The Heritage Foundation: Індекс економічної свободи (ueff.org). URL: <https://ueff.org/uk/indeksy/75-indeks-ekonomichnoi-svobody-ukrainy>
15. Індекс сприйняття корупції у світі – 2019 (ti-ukraine.org). URL: <http://cpi.ti-ukraine.org/#/>
16. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>
17. Регулювання ринку праці: регіональні аспекти. Київ : НЦ ЗРП, 1997. С. 50–52.
18. Брич В.Я., Смачило І.І. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств. *Технологический аудит и резервы производства*. 2014. Т. 5. № 2. С. 36–39.

## REFERENCES:

1. UN Office in Ukraine, "Sotsialna vidpovidalnist ukrayinskoho biznesu: rezultaty opyтуvannya" [Social responsibility of ukrainian business. survey results]. Available at: [http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp\\_otnosheniya/soc\\_otvetstvennost.pdf](http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/soc_otvetstvennost.pdf) (in Ukrainian)

2. Lipova P. Rol korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti u formuvanni reputatsiyi komertsyinykh kompaniy v Ukraini [The role of corporate social responsibility in shaping the reputation of commercial companies in Ukraine]. Available at: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova\\_mahisterska\\_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18349/Lypova_mahisterska_robota.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
3. Kotler F., Lee N. (2005) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnia vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshe dobra dlya vashoyi kompaniyi ta suspilstva [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society]. Kyiv: Standart, p. 302 (in Ukrainian)
4. Strategy to promote the development of corporate social responsibility in Ukraine until 2020. Available at: [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf) (in Ukrainian)
5. Popova A. (2012) Sotsyalnaia otvetstvennost byznesa: dyalektyka paradyhm. Nauchnoe yzdanye [Social responsibility of business: the dialectic of paradigms. Scientific publication]. Moscow: Soyuz Design, p. 376. (in Ukrainian)
6. Bodnaruk O. (2016) Yevropeyskyi dosvid derzhavnoho rehulivannia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti" [European experience of state regulation of corporate social responsibility]. Mariupol. (in Ukrainian)
7. On state social standards and state social guarantees: the law of Ukraine of October 5, 2000 № 2017-III. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14> (in Ukrainian)
8. About enterprises in Ukraine: the law of Ukraine of March 27, 1991 № 887-XII. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12> (in Ukrainian)
9. Sysoeva S. (2000) Profesiina osvita v systemi neperervnoi osvity [Vocational education in the system of continuing education]. *Teoriia i praktyka upravlinnia sots. systemamy: filos., psykholohiia, pedahohika, sotsiol.*, no. 1, pp. 46–52. (in Ukrainian)
10. The results of the study "Corporate social responsibility through the prism of the media". Center for Corporate Social Responsibility. Available at: [http://csr-ukraine.org/kruglii\\_stil.html](http://csr-ukraine.org/kruglii_stil.html) (in Ukrainian)
11. Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) (2017/C215/01) (2017). Available at: [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?Uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?Uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN)
12. Pankov D. (2005) Problemy rozvytyia finansovoho ucheta v uslovyakh hlobalyzatsyy [Problems of financial accounting in the context of globalization]. *Accounting & Audit System Integration into European Union Area. New challenges and opportunities. The Papers of International Conference, 6-7<sup>th</sup> October*, pp. 164–168. (in Ukrainian)
13. Environmental Performance Index Environmental Performance Index (yale.edu). Available at: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/epi>
14. The Heritage Foundation: Index of Economic Freedom (ueff.org). Available at: <https://ueff.org/uk/indexy/75-indeks-ekonomichnoi-svobody-ukrainy>
15. World Corruption Perceptions Index – 2019 (ti-ukraine.org). Available at: <http://cpi.ti-ukraine.org/#/>
16. Social responsibility of business in conditions of war. Available at: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>
17. Labor market regulation: regional aspects. Kyiv: NC ZRP, 1997, pp. 50–52 (in Ukrainian)
18. Brych V., Smachilo I. (2014) Sotsialna vidpovidalnist vitchyznianskykh pidpriemstv [Social responsibility of domestic enterprises]. *Technological audit and production reserves*, vol. 5, no. 2, pp. 36–39. (in Ukrainian)



ДОВІДКА

Видана Денисенко Катерині В'ячеславівні, студентці групи 072-18-1 про перевірку на плагіат кваліфікаційної роботи на тему «Планування прибутку підприємства (на прикладі ТОВ «САНДОРА»)».

Унікальність 82,2%.