

Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

Навчально-науковий Інститут економіки
Фінансово-економічний факультет

Кафедра економічного аналізу і фінансів

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи
ступеню бакалавр

студентки Овдієнко Катерини Максимівни

(ПІБ)

академічної групи 072-19-1 (денна форма навчання)

(шифр)

спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування

(код і назва спеціальності)

освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування»

(назва освітньої програми)

на тему: «Факторний аналіз прибутку та рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд»)»

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	Букресва Д.С.			
Рецензент	Сейма С.М.			
Нормоконтролер	Федорова О.Г.			

Дніпро
2023

**Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри

економічного аналізу і фінансів

(повна назва)

Д.С. Букрєєва

(підпис)

(ПІБ)

« _____ » _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалавр**

студентці **Овдієнко Катерині Максимівні** академічної групи **072-19-1**
(прізвище, ім'я, по-батькові) (шифр)

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

на тему: **«Факторний аналіз прибутку та рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд»)»**

затверджену наказом ректора НТУ "Дніпровська політехніка" від **09.05.2023р. №334-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	01.05.2023- 03.05.2023
Розділ 1	Теоретико-методичні засади факторного аналізу прибутку та показників рентабельності підприємства	04.05.2023- 14.05.2023
Розділ 2	Оцінка фінансових результатів діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»	15.05.2023- 24.05.2023
Розділ 3	Шляхи підвищення ефективності діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» та планування його подальшого розвитку	25.05.2023- 04.06.2023
ВИСНОВКИ	Підсумок отриманих результатів дослідження	05.06.2023- 07.06.2023
Демонстраційний матеріал	Підготовка демонстраційного матеріалу до захисту	08.06.2023- 11.06.2023

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Д.С.Букрєєва

(ПІБ)

Дата видачі завдання **17.04.2023 р.**

Дата подання до екзаменаційної комісії **12.06.2023 р.**

Завдання прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

К.М.Овдієнко

(ПІБ)

РЕФЕРАТ

Овдієнко К.М. – Факторний аналіз прибутку та рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд») – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Фінанси, банківська справа та страхування» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». – НТУ «Дніпровська політехніка», Дніпро, 2023.

Мета кваліфікаційної роботи – аналіз фінансових результатів та показників рентабельності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. та розробка заходів щодо підвищення його прибутковості.

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

У першому розділі кваліфікаційної роботи визначено підходи до проведення факторного аналізу прибутку та його сутність, а також підходи до аналізу рентабельності підприємств. Досліджено особливості планування діяльності продуктових мереж України в умовах воєнного стану.

У другому розділі досліджено напрям діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентну позицію на ринку продовольчих мереж, проведено аналіз його фінансових результатів за 2018-2022 рр. та зроблені висновки щодо формування та використання прибутку підприємства.

У третьому розділі запропоновано шляхи підвищення прибутковості підприємства, зроблено прогнозування головних фінансових показників на 2023 р. методами лінії тренду та ковзної середньої.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ, ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ, ПРИБУТОК, ЗБИТОК, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ.

ABSTRACT

Ovdiienko K.M. – Factor analysis of the company's profit and profitability (based on the example of Silpo-Food Ltd) – 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, 2023.

The purpose of the qualification work is to analyze the financial results and profitability indicators of Silpo-Food Ltd for 2018-2022 and to develop measures to increase its profitability.

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 the subject of research.

In the first section of the qualification work, the approaches to the factor analysis of profit and its essence were defined and also approaches to the analysis of the profitability of companies. Features of the planning activities of Ukrainian food chains under martial law conditions have been studied.

In the second section, the direction of activity of Silpo-Food Ltd and its competitive position in the market of food chains were investigated, an analysis of its financial results for 2018-2022 was conducted and conclusions were drawn regarding the formation and use of the company's profit.

In the third section, ways to increase the company's profitability were proposed, the forecasting of the main financial indicators for 2023 was made using the trend line and moving average methods.

FACTOR ANALYSIS, FINANCIAL RESULT, PROFIT, LOSS, PROFITABILITY.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1. Теоретико-методичні підходи до проведення факторного аналізу прибутку.....	10
1.2. Методичні підходи до аналізу рентабельності підприємств: критичний аналіз.....	20
1.3. Особливості планування діяльності продуктових мереж України в умовах воєнного стану.....	24
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».....	31
2.1. Характеристика ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентної позиції на ринку продовольчих мереж.....	31
2.2. Вертикальний аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд».....	33
2.3. Аналіз динаміки прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» та факторів впливу на його формування.....	37
2.4. Аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» та чинників, які на неї впливають.....	44
Висновки до розділу 2.....	46
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ТА ПЛАНУВАННЯ ЙОГО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ.....	49
3.1. Шляхи підвищення прибутковості підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд».....	49
3.2. Прогноз основних фінансових показників ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. на основі лінії тренду.....	53

3.3. Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. методом ковзної середньої.....	58
Висновки до розділу 3.....	61
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Головним показником ефективності діяльності будь-якого підприємства є його фінансовий результат – прибуток або збиток. Цей показник є одним з найважливіших економічних характеристик, що визначає конкурентоспроможність та дає можливість оцінити економічні інтереси компанії та її партнерів у виробничих та фінансових відносинах. Комплексне дослідження всіх сторін фінансової діяльності підприємства за допомогою вивчення та вимірювання факторів, резервів та причин, оцінки роботи та порівняння її результатів з витратами допомагає аналізувати та оцінювати результати діяльності підприємства та розробляти необхідні заходи для поліпшення ефективності діяльності підприємства.

Актуальність теми. В нестабільних та важких сучасних умовах воєнного стану та після кількох років пандемії українським підприємствам особливо складно забезпечувати отримання прибутку та підвищення показників рентабельності. Найбільшими викликами для українських продуктових мереж від початку повномасштабної війни стали: знищення складських приміщень та торгових точок, порушення логістичних маршрутів, проблеми з постачанням товарів, втрата персоналу, дефіцит пального, енергетична криза, а також тривалі тривоги та обстріли. Щоб надалі залишатися на ринку та покращувати показники підприємствам потрібно адаптувати всі процеси для безперервної роботи та швидкого відновлення за допомогою аналізу і планування, а також інвестувати у власний розвиток.

Мета дослідження – аналіз фінансових результатів та показників рентабельності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. та розробка заходів щодо підвищення його прибутковості.

Задачі дослідження. Для досягнення зазначеної мети у роботі поставлено та вирішено ряд наступних завдань:

- дослідити сутність факторного методу аналізу прибутку;
- розглянути підходи до аналізу рентабельності підприємства;

- дослідити загальну економічну і фінансову діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд»;
- проаналізувати показники фінансової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.;
- розробити заходи щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд».

Об’єкт дослідження – процес аналізу діяльності підприємства на основі факторного методу аналізу прибутку та показників рентабельності.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти використання факторного методу аналізу прибутку та показників рентабельності з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи дослідження процесів та явищ, а саме синтезу, порівняння, аналогії, узагальнення, що дозволило вирішувати поставлені завдання дослідження, зокрема: вертикальний аналіз – для аналізу структури витрат та доходів підприємства; горизонтальний аналіз – для обчислення відхилень за роками та аналізу відносних показників; економіко-статистичні методи та метод коефіцієнтів – для встановлення показників ефективності роботи підприємства; табличний та графічний метод – для подання результатів;

Інформаційна база дослідження – звітні документи ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр., навчальна література, наукові праці, міжнародний стандарт бухгалтерського обліку щодо процесу аналізу результатів діяльності підприємства.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження представлено на студентській науково-практичній конференції «Трансформація національної фінансової моделі післявоєнного відновлення України» (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, 2023). Тема дослідження: «Вплив російсько-української війни на результативність діяльності найбільших продуктових мереж України».

Структура та обсяг роботи. Робота загальним обсягом 88 сторінок складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел (35 од.) та додатків (7 од.). В роботі наведено 10 таблиць та 15 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ТА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретико-методичні підходи до проведення факторного аналізу прибутку

Загальна мета будь-якого бізнесу – максимізація прибутковості. Для того, щоб оцінити поточне фінансове становище підприємства, виявити галузі, які потребують покращення, а також оцінити вплив будь-яких факторів на загальний фінансовий результат, прибуток або збиток, використовують фінансовий аналіз. Аналіз прибутковості забезпечує поглиблений погляд на прибуток підприємства з різних точок зору, визначаючи чинники, які у найбільшій мірі сприяють прибутковості. Також, аналіз фінансових результатів допомагає відстежити продуктивність, оптимізувати асортимент продукції, максимально використовувати ресурси та оцінювати ділові відносини [1].

Метою аналізу прибутку є забезпечування прийняття оптимальних рішень за допомогою інформації, яка базується на фактичних та прогнозних даних про фінансовий стан підприємства. Об'єктами фінансового аналізу є кінцеві результати діяльності підприємства за визначений термін, які включають:

- фінансовий стан підприємства;
- економічні результати;
- виробничі результати;
- результати технічного розвитку;
- соціальні результати.

Завданням фінансового аналізу є оцінка і прогнозування фінансового стану організації за даними бухгалтерської звітності й обліку. Це зокрема:

1. Об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства та його структурних підрозділів;

2. Оцінка виконання плану з надходження фінансових ресурсів та їх використання;
3. Визначення впливу факторів та виявлення відхилення за показниками,
4. Прогнозування фінансового стану підприємства;
5. Виявлення резервів поліпшення фінансового стану підприємства;
6. Обґрунтування і підготовка управлінських рішень щодо поліпшення фінансового стану підприємства [2].

Оскільки всі процеси та явища фінансової діяльності підприємства взаємопов'язані, взаємозалежні та взаємообумовлені – найважливішим пунктом з усіх вище наведених є «Визначення впливу факторів та виявлення відхилення за показниками». Кожний результативний показник залежить від чисельних і різноманітних факторів, тому важливим методологічним дослідженням є вивчення та вимірювання впливу чинників на досліджуваний показник [3].

Факторний аналіз прибутку – це методика комплексного системного вивчення та виміру впливу факторів на величину результативного показника, а саме прибутку підприємства.

Основними завданнями факторного аналізу є:

1. Визначення мети аналізу та відбір факторів, що обумовлюють досліджувані результативні показники;
2. Класифікація і систематизація факторів з метою забезпечення групування їх за ступенем впливу на результати господарської діяльності;
3. Визначення форми залежності між факторними та результативними показниками;
4. Побудова моделі, яка б описувала означену залежність;
5. Перевірка моделі на адекватність і при необхідності уточнення;
6. Розрахунок впливу факторів і оцінка ролі кожного із них у зміні величини результативного показника;
7. Практичне використання моделі для управління економічними процесами на підприємстві [4].

Існують різні типи методів, які використовуються для вилучення фактора з набору даних. 4 основних, які використовують зарубіжні дослідники найбільше, наведено нижче:

1. Аналіз головних компонентів (англ. Principal component analysis);
2. Аналіз загальних факторів (англ. Common factor analysis);
3. Факторний аналіз зображення (англ. Image factoring);
4. Метод максимальної правдоподібності (англ. Maximum likelihood method) [5].

Для проведення факторного аналізу за кожним з цих методів будується багатофакторна залежність із аналізом впливу кожного окремого фактору на кінцевий результат. Для факторного аналізу прибутку такими факторами можуть бути коефіцієнти фінансової стійкості, ділової активності, рентабельності, платоспроможності, які включаються в комплексну оцінку ефективності діяльності підприємства, перебувають у причинно-наслідковому зв'язку, і мають конкретне економічне значення.

Фактори, які впливають на величину прибутку від реалізації продукції або надання послуг, є такими:

1. Зміна обсягу реалізації – збільшення обсягів продажу рентабельної продукції веде до збільшення суми прибутку, а нерентабельної – навпаки до її зменшення. Розраховується за формулою (1.1).

$$\Delta RP(Q) = \Delta Q * P_0 \quad (1.1)$$

де RP – реалізована продукція (грн);

Q – обсяг реалізованої продукції (од.);

ΔQ – різниця в обсязі реалізованої продукції між звітним та базисним періодами (од.);

P_0 – ціна реалізованої продукції у базисному періоді (грн);

2. Зміна ціни реалізації – при збільшенні цін сума прибутку зростає, якщо ціна зменшується, то зменшується і прибуток. Розраховується за формулою (1.2).

$$\Delta PP(P) = Q_1 * \Delta P \quad (1.2)$$

де PP – реалізована продукція (грн);

P – ціна реалізованої продукції (грн);

Q_1 – обсяг реалізованої продукції у звітному періоді (од.);

ΔP – різниця в ціні реалізованої продукції між звітним та базисним періодами (грн);

3. Зміна асортименту продукції – якщо збільшується частка рентабельної продукції в загальному обсязі реалізації, то і прибуток, відповідно, зростає;

4. Зміна собівартості продукції – її зростання є причиною зменшення прибутку, а зменшення собівартості – навпаки збільшує прибуток;

5. Чисельність та склад персоналу – кількість працівників, достатня для повноцінного обслуговування технологічного процесу, забезпечує зростання прибутку, також велике значення має і кваліфікація працівників;

6. Економічне стимулювання працівників – вплив цього фактору можна оцінити через показники оплати праці та її продуктивність. Що ефективнішим є стимулювання персоналу, то кращою буде їх праця, і як наслідок – більший випуск продукції та прибуток;

7. Продуктивність праці – її зростання, за інших однакових умов, спричиняє збільшення величини прибутку;

8. Стан матеріально-технічної бази підприємства – сучасні засоби праці підвищують її продуктивність, а отже, і прибуток;

9. Фондовіддача – збільшення фондівіддачі збільшує випуск продукції на 1 грн вкладених грошей, це також веде до росту прибутку [6].

Існує дві основні форми факторного аналізу: дослідницький та підтверджуючий.

Дослідницький факторний аналіз (англ. Exploratory Factor Analysis) – це тип аналізу, який використовується в галузі статистики. Аналітики використовують дослідницький факторний аналіз, коли вони ще не мають достатнього розуміння факторів, присутніх у наборі даних, тобто, цей підхід використовується перед тим, як формуються гіпотези щодо закономірностей у наборі даних. Дослідницький факторний аналіз використовують для створення шкал, набору запитань, що вимірюють один фактор. Також, ця форма аналізу може знайти елементи опитування, які впливають на певні конструкції.

Підтверджувальний факторний аналіз (англ. Confirmatory Factor Analysis) є більш точним та жорстким процесом, ніж дослідницький факторний аналіз. Використовуючи цей метод, аналітики прагнуть підтвердити існуючі гіпотези, розроблені ними самими або іншими. Цей процес спрямований на підтвердження попередніх ідей, досліджень, інструментів вимірювання та оцінки. Перед проведенням аналізу визначається методологія, включаючи метод вилучення, кількість факторів і тип ротації. У результатах зазначається, чи відповідають прогнозованій теорії або інструментам оцінки відповідна модель. У цьому ключі підтверджуючий факторний аналіз може допомогти оцінити достовірність конструкції аналітики [7].

Щодо проведення факторного аналізу, окрім ручного підрахунку, наприклад у Excel, існують програми, які можна використовувати для аналізу даних з професійної точки зору, оскільки такі програми містять функції факторного аналізу. Найпоширенішими є «SPSS Statistics» («Statistical Package for the Social Sciences», укр. Статистичний пакет для суспільних наук) та «SAS» («Statistical Analysis System», укр. Система статистичного аналізу).

Основна їх різниця у тому, для кого вони призначені та наскільки зручні у використанні:

– SPSS – це інструмент для людей, які не працюють у сфері статистики. Програма має зручний інтерфейс та прості у використанні меню. SPSS може бути

використаний у багатьох галузях, але він головним чином відіграє важливу роль у суспільних науках.

– SAS має велику кількість високоякісного виробничого коду для різних цілей. Він вважається провідним у комерційному аналітичному просторі. Програма має потужні можливості управління, і його оновлення програмного забезпечення перебувають у контрольованому середовищі, що робить його добре перевіреним. В основному SAS використовується у промисловості, оскільки він здатний обробляти великі набори даних [8].

Для проведення факторного аналізу прибутку підприємств використовують чотири адитивні моделі за формою №2 «Звіт про фінансові результати». Ці моделі наведені у табл.1.1 [9].

Формування показників фінансових результатів діяльності підприємства:

1. Факторами збільшення валового прибутку (збитку) є: зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta\text{ЧД}$, $\Delta\text{С}$) одночасно є результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta\text{ВП}_{\text{чд}}$, $\Delta\text{ВП}_{\text{с}}$) з урахуванням характеру впливу відповідного фактора (фактори адитивної моделі зі знаком «+» мають прямий вплив, зі знаком «-» – обернений).

2. Факторами збільшення прибутку (збитку) від операційної діяльності є: зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та інших операційних доходів; зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) та інших операційних витрат. Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta\text{ЧД}$, $\Delta\text{ІОД}$, $\Delta\text{С}$, $\Delta\text{ІОВ}$) одночасно є результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta\text{ФРОД}_{\text{чд}}$, $\Delta\text{ФРОД}_{\text{іод}}$, $\Delta\text{ФРОД}_{\text{с}}$, $\Delta\text{ФРОД}_{\text{іов}}$) з урахуванням характеру впливу відповідного фактору.

Таблиця 1.1 – Формування показників фінансових результатів діяльності підприємства

№	Адитивна модель	Формула	Значення показників	Код рядка
1	Валовий прибуток (збиток)	$ВП = ЧД - С$ (1.3)	ВП – валовий прибуток (збиток)	2090
				2095
			ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000
		С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	
2	Фінансовий результат від операційної діяльності	$ФРОД = ВП + ОД - ОВ =$ $= ВП + ІОД - АВ - ВЗ - ІОВ$ (1.4)	де ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності	2190
				2195
			ОД – операційні доходи	
			ОВ – операційні витрати	
			ІОД – інші операційні доходи	2120
			АВ – адміністративні витрати	2130
		ВЗ – витрати на збут	2150	
		ІОВ – інші операційні витрати	2180	
3	Фінансовий результат до оподаткування	$ФРДО = ФРОД + РД - РВ =$ $= ФРОД + ІФД + ІД -$ $- ФВ - ВУК - ІВ$ (1.5)	ФРДО – фінансовий результат до оподаткування	2290
				2295
			РД – разом доходи	
			РВ – разом витрати	
			ДВУ – дохід від участі в капіталі	2200
			ІФД – інші фінансові доходи	2220
			ІД – інші доходи	2240
			ФВ – фінансові витрати	2250
		ВУК – витрати від участі в капіталі	2255	
		ІВ – інші витрати	2270	
4	Чистий фінансовий результат	$ЧФР = ФРДО - ПП$ (1.6)	ЧФР – чистий фінансовий результат	2350
				2355
		ПП – витрати з податку на прибуток	2300	

3. Факторами збільшення прибутку (збитку) до оподаткування є: зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), інших операційних доходів та інших доходів; зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), інших операційних витрат та інших витрат. Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta ЧД$, $\Delta ІОД$, $\Delta ІД$, $\Delta С$, $\Delta ІОВ$, $\Delta ІВ$) одночасно є результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta ФР_{ЧД}$, $\Delta ФР_{ІОД}$, $\Delta ФР_{ІД}$, $\Delta ФР_{С}$, $\Delta ФР_{ІОВ}$, $\Delta ФР_{ІВ}$) з урахуванням характеру впливу відповідного фактора.

4. Факторами збільшення чистого прибутку (збитку) є: зростання загальної величини доходів; зменшення загальної величини витрат і податку на прибуток. Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta РД$, $\Delta РВ$, $\Delta ПП$) одночасно є результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta ЧП_{РД}$, $\Delta ЧП_{РВ}$, $\Delta ЧП_{ПП}$) з урахуванням характеру впливу відповідного фактора.

Загалом, факторний аналіз – це не окремий метод, а набір статистичних методів, які можна використовувати для виявлення прихованих факторів, що впливають на спостережувані змінні. Факторний аналіз зазвичай використовується в дослідженні ринку, а також в інших дисциплінах, таких як технології, медицина, соціологія, польова біологія, освіта, психологія та багато інших [10].

Для покращення прибутку підприємств факторний аналіз використовують як інструмент дослідження ринку, безпосереднє, як інструмент сегментації ринку.

Сегментація ринку – це практика поділу ринку на окремі групи клієнтів, які мають подібні характеристики. Підгрупи ринку створюються на основі демографічних показників, потреб, пріоритетів, спільних інтересів та інших психографічних або поведінкових критеріїв, які використовуються для кращого розуміння цільової аудиторії та виявлення незадоволених потреб клієнтів. Компанії, які виявляють незадоволені сегменти, можуть потім перевершити конкурентів, розробляючи унікальні привабливі продукти та послуги. Сегментація клієнтів є найефективнішою, коли компанія адаптує пропозиції до

сегментів, які є найприбутковішими, і надає їм явні конкурентні переваги. Таке визначення пріоритетів може допомогти компаніям розробити маркетингові кампанії та стратегії ціноутворення, щоб отримати максимальну віддачу як від високоприбуткових, так і від низькоприбуткових клієнтів [11-12].

Аналітики досліджують сегментацію ринку для того, щоб потім отриману інформацію використовувати в продажах та маркетингових стратегіях. Компанії, які правильно сегментують свій ринок, користуються значними перевагами. Згідно з дослідженням Bain & Company [12], 81% керівників вважають, що сегментація має вирішальне значення для збільшення прибутку. Bain & Company також виявив, що організації з чудовою стратегією сегментації ринку отримали на 10% більший прибуток, ніж компанії, сегментація яких була не настільки ефективною протягом 5-річного періоду.

Серед інших переваг [11]:

1. Сильніші маркетингові повідомлення. Якщо у компанії є розсилка повідомлень, то більше нема потреби робити їх "загальними" та "розпливчастими" – завдяки сегментації ринку є можливість доносити інформацію безпосередньо до певної групи людей так, щоб це їм було дійсно цікаво, оскільки є розуміння їхніх характеристик, бажання та потреб.

2. Залучення нових клієнтів. Сегментація ринку допомагає розвивати клієнтоорієнтованість, що дає змогу за допомогою маркетингових стратегій залучати нових клієнтів.

3. Підвищення лояльності до бренду. Коли клієнти відчують, що їх розуміють, добре обслуговують та довіряють, вони, швидше за все, будуть надавати цій компанії більшу перевагу серед всіх інших.

4. Визначення ринкових ніш. Сегментація може виявити не лише недостатньо охоплені ринки, але й нові способи обслуговування існуючих ринків – можливості, які можна використати для розвитку компанії.

5. Розширення асортименту. Враховуючи потреби клієнтів, можна розширювати асортимент та додавати нові позиції, які задовольнятимуть різні сфери проаналізованої клієнтської бази.

Види сегментації ринку:

1. Демографічна сегментація. Демографічна сегментація сортує ринок за такими елементами, як вік, освіта, дохід сім'ї, сімейний стан, розмір сім'ї, раса, стать, професія та національність. Демографічний підхід є одним із найпростіших і найбільш часто використовуваних типів сегментації ринку, оскільки продукти та послуги, які ми купуємо, як ми використовуємо ці продукти та скільки ми готові витратити на них, найчастіше базуються на демографічних факторах. Це також розглядається як простий метод прогнозування майбутньої поведінки, оскільки цільова аудиторія зі схожими характеристиками часто поводить подібним чином.

2. Географічна сегментація. Географічна сегментація може бути підмножиною демографічної сегментації, хоча вона також може бути унікальним типом сегментації ринку сама по собі. Як випливає з назви, він створює різні цільові групи клієнтів на основі географічних кордонів. Оскільки потенційні клієнти мають потреби, уподобання та інтереси, які відрізняються залежно від їхньої географії, розуміння клімату та географічних регіонів груп клієнтів може допомогти визначити, де продавати та рекламувати, а також, де розширювати свій бізнес.

3. Поведінкова сегментація. Поведінкова сегментація поділяє ринки за поведінкою та моделями прийняття рішень, такими як покупка, споживання, спосіб життя та використання. Сегментація ринків на основі купівельної поведінки дає змогу маркетологам розробити більш цілеспрямований підхід, оскільки компанія може зосередитися на тому, що шукають клієнти і з більшою ймовірністю купуватимуть.

Сегментація ринку не повинна бути складною, щоб бути ефективною. Щоб виміряти та оптимізувати маркетингову стратегію краще обирати програмне забезпечення для сегментації ринку; у міру розвитку компанії технологія буде розширюватися також.

1.2. Методичні підходи до аналізу рентабельності підприємств: критичний аналіз

Рентабельність (від нім. *rentabel* – прибутковий, корисний) – це відносний економічний показник, який характеризує здатність компанії отримувати прибуток від своєї діяльності. Рентабельність є економічним інструментом, який лежить в основі всіх рішень компанії щодо управління діяльністю та взаємовідносин з діловими партнерами і тому він набуває статусу основного критерію, що використовується для оцінки економічної ефективності [13].

Рентабельність означає отримання доходу від реалізації продукції, який повинен перевищувати витрати. Вважається, що мінімальний рівень рентабельності продажів в роздрібній торгівлі в умовах формування і розвитку ринкового механізму повинен становити не менше 4-6% до обороту.

Розраховуючи показники рентабельності, в чисельнику завжди буде прибуток. Найчастіше використовують такі види прибутку: валовий прибуток, прибуток до сплати відсотків та податків, прибуток до оподаткування, чистий прибуток.

Залежно від того, з чим порівнюється обраний показник прибутку, вітчизняний фінансовий аналіз розрізняє три групи коефіцієнтів рентабельності: витратні, дохідні, ресурсні. Класифікація показників рентабельності наведена у рис. 1.1 [14].

Дохідні показники ефективності є найбільш поширеними та корисними для аналізу діяльності підприємств, безпосередньо торговельних мереж. Ці коефіцієнти оцінюють здатність компанії отримувати прибуток від продажів. Також, коефіцієнти прибутковості є найбільш корисними, якщо порівнювати їх з аналогічними підприємствами, власною історією обороту або середніми коефіцієнтами для галузі підприємства. Зазвичай, якщо показник є вищим за попередній період, це свідчить про те, що компанія працює добре [15].

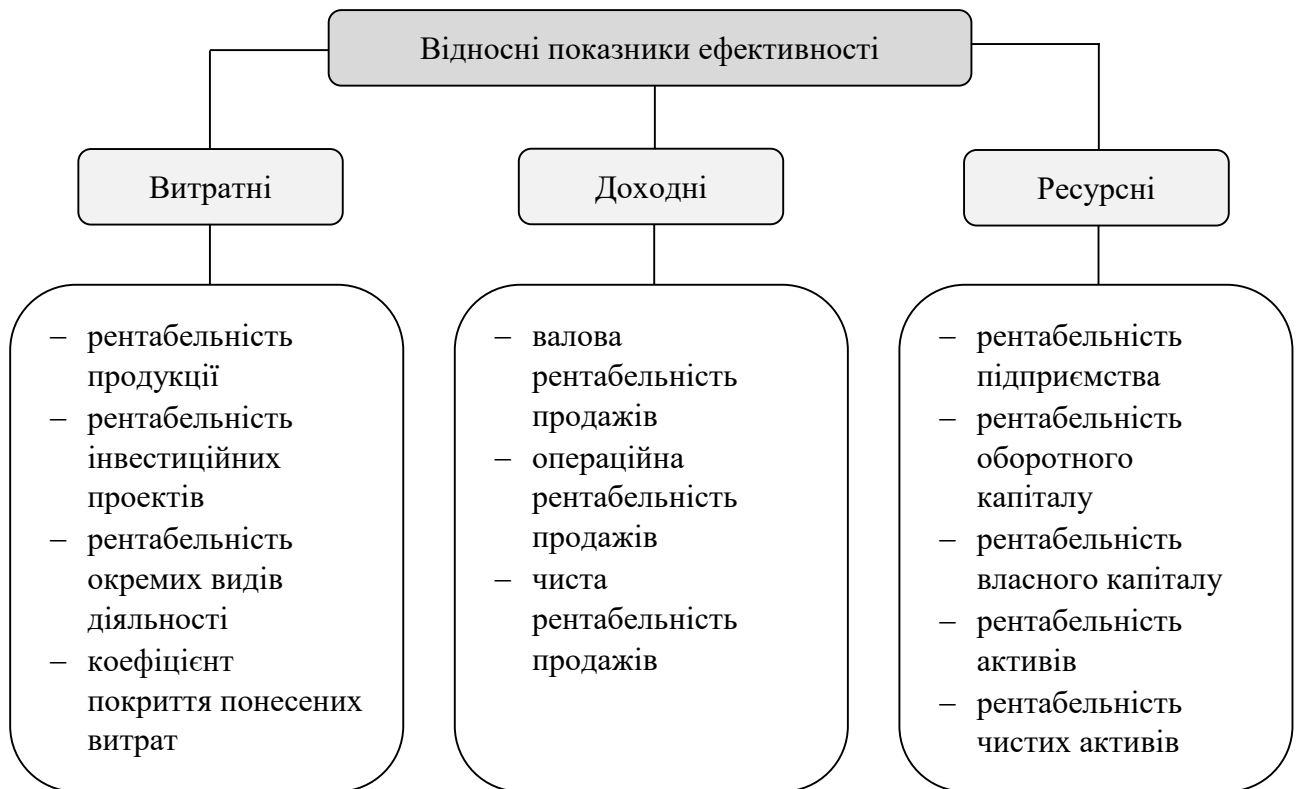


Рис. 1.1 – Класифікація показників рентабельності

Доходні відносні показники ефективності поділяються на: валова рентабельність продаж; операційна рентабельність продаж; чиста рентабельність продаж.

– Валова рентабельність продажів (англ. Gross profit margin, GPM) – показує, скільки підприємство отримало після сплати прямих витрат на ведення бізнесу, які можуть включати робочу силу, матеріали та інші прямі виробничі витрати. Якщо рентабельність не досягає такого рівня, щоб доходи покривали виробничі витрати, це говорить про неправильне ціноутворення та високу собівартість продукції, одним словом – збитки. Хоча коефіцієнт валової рентабельності прибутку може допомогти власникам бізнесу та професійним консультантам оцінити фінансовий стан підприємства, його найкраще використовувати для відстеження ефективності підприємства в часі або для порівняння підприємств в одній галузі. Також, валова рентабельність продажів може використовуватись для окремих категорій асортименту підприємства для

порівняння у динаміці. Валова рентабельність продажів розраховується за формулою (1.7) [16].

$$GPM = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації}} \quad (1.7)$$

де *GPM* – валова рентабельність продажів;

Валовий прибуток – рядок 2090 або 2095 у звіті про фінансові результати;

Чистий дохід від реалізації – рядок 2000 у звіті про фінансові результати.

– Операційна рентабельність продажів (англ. Operating profit margin, *OPM*) – показує, чи є підприємство операційно ефективним, тобто, чи заробляє підприємство гроші після того, як сплатить орендну плату та комунальні послуги, маркетинг та витрати на торговельний персонал та адміністративні витрати, а також амортизацію машин і обладнання. Якщо підприємству не вдається зменшувати операційні збитки, з'являються додаткові витрати, отримані від продажу додаткової одиниці чи наданих послуг. Також, операційна рентабельність продажів дозволяє порівнювати підприємство з іншими в тій самій галузі – якщо обране підприємство перевищує середній показник по галузі, це підприємство має конкурентну перевагу. Операційна рентабельність продажів розраховується за формулою (1.8) [17].

$$OPM = \frac{\text{Фінансовий результат від операційної діяльності}}{\text{Чистий дохід від реалізації}} \quad (1.8)$$

де *OPM* – операційна рентабельність продажів;

Фінансовий результат від операційної діяльності – рядок 2190 або 2195 у звіті про фінансові результати;

Чистий дохід від реалізації – рядок 2000 у звіті про фінансові результати.

– Чиста рентабельність продажів (англ. Net profit margin, *NPM*) – показує відсоток доходу від продажів, який підприємство залишає після покриття всіх своїх витрат, включаючи відсотки та податки. Чим вищий цей

коефіцієнт, тим більше є грошей у підприємства для розподілу між акціонерами або інвестування в нові можливості. Чиста рентабельність продажів є важливою для визначення фінансового стану підприємства. Зазвичай вона використовується для відстеження ефективності підприємства з часом або для порівняння з іншими підприємствами в одній галузі. Якщо ж рентабельність є від'ємною, це говорить про неправильне управління підприємством, що своєю чергою призводить до збитків. Чиста рентабельність продажів розраховується за формулою (1.9) [18].

$$NPM = \frac{\text{Чистий фінансовий результат}}{\text{Чистий дохід від реалізації}} \quad (1.9)$$

де NPM – чиста рентабельність продажів;

Чистий фінансовий результат – рядок 2350 або 2355 у звіті про фінансові результати;

Чистий дохід від реалізації – рядок 2000 у звіті про фінансові результати.

Розрахунки показників рентабельності продажів наведено у рис. 1.2.

Моніторинг коефіцієнтів рентабельності спрямований на порівняння значень в динаміці, з рівнем конкурентів, з середньогалузевими показниками. При цьому аналіз динаміки рентабельності необхідно проводити з урахуванням можливої сезонності. Сприятливою тенденцією є зростання показників рентабельності. Порівняно висока рентабельність продажів означає, що підприємство здатне ефективно контролювати свої витрати і надавати свою продукцію або послуги за цінами, що відрізняються від собівартості продукції (послуг) на порівняно велику величину [19].

		I. Фінансові результати	
		Стаття	Код рядка
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: 80px; margin-bottom: 5px;">GPM</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: 80px;">OPM</div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: 80px;">NPM</div> </div>		Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000
		Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050
		Валовий: прибуток	2090
		збиток	2095
		Інші операційні доходи	2120
		Адміністративні витрати	2130
		Витрати на збут	2150
		Інші операційні витрати	2180
		Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190
		збиток	2195
		Дохід від участі в капіталі	2200
		Інші фінансові доходи	2220
		Інші доходи	2240
		Фінансові витрати	2250
		Втрати від участі в капіталі	2255
		Інші витрати	2270
		Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290
		збиток	2295
		Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300
		Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305
	Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	
	збиток	2355	

Рис. 1.2 – Розрахунки показників рентабельності продажів у звіті про фінансові результати

1.3. Особливості планування діяльності продуктивних мереж України в умовах воєнного стану

Планування – це процес визначення цілей діяльності підприємства та прийняття рішень щодо їх досягнення, воно потребує використання чітких підходів з урахуванням економічного становища, довгострокових цілей та маркетингових програм. Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. планування діяльності продуктивних мереж здобуло нового значення.

За змістом планування поділяють на стратегічне, тактичне та оперативне. Стратегічне планування орієнтується на довгострокову перспективу та визначає основні напрями розвитку підприємства, проводяться дослідження умов зовнішнього середовища та тенденцій його розвитку. У тактичному плануванні відображаються заходи, спрямовані на розширення виробництва та підвищення його технічного рівня, оновлення і зростання якості продукції, якомога повніше використання науково-технічних досягнень. Оперативне планування забезпечує поточне виробничо-фінансове та виконавче планування на короткий період часу, орієнтоване на доповнення, деталізацію, внесення коректив до сформованих раніше планів і графіків робіт; оперативне планування забезпечує організацію повсякденної планомірної і ритмічної роботи підприємства та його структурних підрозділів [20]. Особливості планування продуктових мереж в умовах воєнного стану наведено у рис. 1.3.

Особливості стратегічного планування у період дії воєнного стану:

1. Дослідження споживачів. Від 24 лютого 2022 р. понад 14,5 млн осіб виїхали за кордон, а більше 4,7 млн осіб є внутрішньо переміщеними особами [21]. Такі значні зміни у споживчому просторі мають великий вплив: поблизу з окупованими територіями значно зменшується попит на речі для дітей та жінок через еміграцію; на самих окупованих територіях, де торгові точки все ще працюють, зменшується попит на дорогі товари, оскільки жителі тих регіонів мають повне нерозуміння майбутнього, а також має вплив ріст цін; по всій країні збільшується попит на стандартний споживчий кошик, оскільки багато хто обмежує себе та свої потреби. Ці та інші фактори впливають на формування полиць у магазинах і торговим мережам обов'язково треба брати до уваги дослідження споживачів при плануванні діяльності підприємства.



Рис. 1.3 – Особливості планування продуктових мереж в умовах воєнного стану

2. Дослідження конкурентів. Аналіз конкурентів дає можливість наочно зрозуміти, що відбувається на ринку, побачити картину в цілому. Висновки за результатами конкурентного аналізу надають змогу під час кризи та форс-мажорів приймати рішення, які будуть посилювати переваги компанії, скасовувати бар'єри для зростання та підвищувати лояльність споживачів [22]. У період дії воєнного стану це є надзвичайно важливо, оскільки споживачі підтримують ті компанії, які подбали про комфорт та задоволення клієнтів: підтримка Збройних сил України, забезпеченість генераторами, швидке оновлення роботи після тривоги, максимальне наближення роботи торгової точки до комендантської години та інші фактори, які значно впливають на вибір споживача щодо улюбленої торгової мережі.

3. Дослідження товарів. Дослідження товарів допомагає виявити потреби споживачів, а також будь-які проблеми, які впливають на користувацький досвід.

Такий аналіз корисний для поліпшення характеристик товару, або для впровадження інновацій [23]. У період дії воєнного стану це є надзвичайно важливим, оскільки потреби споживачів змінились та якщо продавати товар, на який нема попиту, підприємство зазнає збитки.

Особливості тактичного планування у період дії воєнного стану:

1. Перегляд договорів з постачальниками. За воєнний час багато українських підприємств переглянули та розірвали договори із зарубіжними компаніями, які не вийшли з ринку Росії та являються міжнародними спонсорами війни. Деякі українські компанії ці товари просто знімають з полиць, а деякі шукають їм заміну, таким чином підписуючи нові договори з іншими постачальниками.

2. Розробка нових та додаткових логістичних маршрутів. Для уникнення окупованих територій та територій, на яких ведуться воєнні дії, українські компанії були вимушені розробляти нові логістичні маршрути задля безпеки персоналу та товару. Також, великий вплив на розробку нових маршрутів мала комендантська година, яка у різних областях розпочинається у різний час – більше нема можливості перевозити продукцію у ночі та якщо не ставитися відповідально до розробки нових маршрутів, то виникнуть додаткові витрати через затори на дорогах у день.

3. Відбудова пошкоджених об'єктів підприємства. До війни налічувалося 5218 об'єктів торгових мереж. У квітні 2022 р. було зачинено 24% магазинів, при чому більше половини були знищені під час обстрілів Росією. Постраждали не тільки торгові точки, а й складські приміщення. Продуктові мережі, від роботи яких в прямому сенсі залежить життя українців, намагалися робити все можливе, аби якомога швидше відновити роботу. Особливо треба відмітити, що ритейл стратегічно важливий на деокупованих територіях і є об'єктом критичної інфраструктури, тому швидке та якісне відновлення є надзвичайно важливим пунктом планування діяльності підприємств у період дії воєнного стану [24].

Особливості оперативного планування у період дії воєнного стану:

1. Підвищення рівня безпеки для споживачів та працівників. Під час повітряних тривог торгіві мережі повинні забезпечувати безпеку споживачів та працівників надаючи інформацію про те, що розпочалась повітряна тривога та де знаходиться найближче укриття. Розроблялись заходи щодо швидкого закриття та відкриття магазинів і переведення всього персоналу у безпечне місце. Восени та взимку 2022 р. завдяки отриманим генераторам деякі торгові точки виступали як «Пункти незламності», надаючи споживачам можливість зарядити свої пристрої та зігрітися.

2. Підтримка працівників. У період дії воєнного стану забезпечувати робочими місцями всіх працівників здається неможливим. Крупні торгові мережі, такі як Сільпо, втратили приблизно третину від усіх торгових точок по країні, що своєю чергою веде до втрати робочих місць [25]. Ті підприємства, які намагаються уникнути масових звільнень і допомогти своїм працівникам, які залишились без робочого місця, отримують додаткові витрати. Допомогою може бути виплата мінімальної заробітної плати до відновлення роботи торгові точки або складського приміщення, оплата страхування життя або евакуація та перевезення працівників на захід країни або за кордон.

3. Розробка заходів щодо відключень електро- та водопостачання. Значними та неочікуваними викликами для українського суспільства були відключення електро- та водопостачання упродовж восени та зими. Забезпечувати звичайну діяльність продуктивних мереж стало складно, підприємства розробляли заходи щодо роботи торгових точок за умови мінімальної трати електроенергії та придбання генераторів.

Висновки до розділу 1

На основі проведених у розділі 1 кваліфікаційної роботи досліджень було встановлено, що:

Загальна мета будь-якого бізнесу – максимізація прибутковості. Для того, щоб оцінити поточне фінансове становище підприємства використовують

фінансовий аналіз. Оскільки всі процеси та явища фінансової діяльності підприємства взаємопов'язані, взаємозалежні та взаємообумовлені, оцінка впливу факторів на загальний фінансовий результат, прибуток або збиток, є одним з найважливіших завдань аналітиків підприємства.

Факторний аналіз прибутку – це методика комплексного системного вивчення та виміру впливу факторів на фінансовий результат підприємства, прибуток або збиток. Серед основних факторів, які впливають на величину прибутку від реалізації продукції або надання послуг є: зміна обсягу реалізації; зміна ціни реалізації; зміна асортименту продукції; зміна собівартості продукції; чисельність та склад персоналу; економічне стимулювання працівників; продуктивність праці; стан матеріально-технічної бази підприємства; фондівдача.

Існує дві основні форми факторного аналізу: дослідницький та підтверджуючий. Дослідницький факторний аналіз використовується, коли ще нема достатнього розуміння факторів і формуються гіпотези щодо закономірностей у наборі даних. Підтверджуючий аналіз спрямовано на підтвердження попередніх ідей, досліджень, інструментів вимірювання та оцінки.

Для проведення факторного аналізу прибутку підприємств використовують чотири адитивні моделі за формою №2 «Звіт про фінансові результати». За цими моделями розраховують: фактори збільшення валового прибутку (збитку); фактори збільшення прибутку (збитку) від операційної діяльності; фактори збільшення прибутку (збитку) до оподаткування; фактори збільшення чистого прибутку (збитку).

Для покращення прибутку підприємств факторний аналіз використовують як інструмент дослідження ринку, безпосереднє, як інструмент сегментації ринку, де сегментація ринку – це практика поділу ринку на окремі групи клієнтів, які мають подібні характеристики. Дослідження сегментації ринку проводиться для того, щоб потім отриману інформацію використовувати в продажах та маркетингових стратегіях.

Рентабельність – це відносний економічний показник, який характеризує здатність компанії отримувати прибуток від своєї діяльності. Фінансовий аналіз розрізняє три групи коефіцієнтів рентабельності: витратні, дохідні, ресурсні. Саме дохідні показники ефективності є найбільш поширеними та корисними для аналізу діяльності підприємств. Дохідні відносні показники ефективності поділяються на: валова рентабельність продаж; операційна рентабельність продаж; чиста рентабельність продаж. Ці коефіцієнти оцінюють здатність компанії отримувати прибуток від продажів.

У воєнний стан планування діяльності підприємств добуло нового значення: проводяться дослідження клієнтів, конкурентів та товару; переглядаються договори з постачальниками, розробляються нові логістичні маршрути, відбудовуються пошкодженні об'єкти підприємств; розробляються заходи щодо підвищення рівня безпеки для споживачів та працівників, підтримки працівників та волонтерства, а також заходи щодо відключень електро- та водопостачання.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

2.1. Характеристика ТОВ «Сільпо-Фуд» та його конкурентної позиції на ринку продовольчих мереж

Повне найменування юридичної особи: «ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ СІЛЬПО-ФУД».

Скорочена назва: ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Назва англійською мовою: LIMITED LIABILITY COMPANY SILPO-FOOD (LLC SILPO-FOOD).

Код ЄДРПОУ: 40720198.

Дата реєстрації: 05.08.2016; 10671020000024685.

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю.

Форма власності: Недержавна власність.

Основний вид діяльності: 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Поточний стан: діє.

Обсяг статутного капіталу (грн): 13 047 703 135,05.

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

«СІЛЬПО» – одна з найбільших мереж продовольчих супермаркетів в Україні, яка є флагманським бізнесом «FOZZY GROUP». Перше «СІЛЬПО» було відкрито у 1998 році, а сьогодні вже близько 330 магазинів працюють для клієнтів по всій території країни.

Станом на кінець 2021 року у мережі представлена продукція «Власного імпорту» з більш ніж 80 країн світу. Загалом «Сільпо» нараховує понад 790 постачальників. До 10 найбільших країн-імпортерів входять: Італія, Іспанія, Норвегія, Туреччина, Німеччина, Польща, Китай, Франція, Еквадор, Нідерланди.

«Сільпо» має програму «Власний рахунок», яка дозволяє клієнтам заощаджувати кошти. Програма є досить популярною, її використовує кожен другий гість (48%). Всього зареєстровано у програмі понад 5,1 млн осіб.

Також, «Сільпо» є не тільки імпортером продукції з інших країн, а й мережею з власним виробництвом до якої входить випічка хлібобулочних виробів, тортів, виробництво цукерок, морозива, приготування піци та суші, а також, кулінарних страв. У табл. 2.1 наведена основна інформація щодо обсягів власного виробництва [27].

Таблиця 2.1 – Власне виробництво мережі «Сільпо» за 2021 р.

Вид виробництва	Кількість виробництв, од.	Місце виробництва	Готова продукція за 2021 р., т.
Власні пекарні «Крафтар»	212	пекарня	30 000
Кулінарія	312	кулінарний цех	24 000
Швидка піца	228	піца-станція	5 000
Риба гарячого копчення	199	коптильня	2 800
М'ясо гарячого копчення	48	коптильня	522
Кондитерська	41	кондитерський цех	465
Суші	56	точка у супермаркеті	167

У 2021 році мережа супермаркетів «Сільпо» потрапила на 8-ме місце у переліку десяти найефективніших брендів Європи за версією Effie Awards Europe. За підсумками Effie Awards Ukraine, мережа «Сільпо» отримала відразу 7 нагород у таких номінаціях: «PR, Корпоративна репутація»; «Разове залучення»; «Single-Retailer Program. NEW»; «Кампанії з короткостроковим ефектом»; «Роздрібна торгівля»; «Малобюджетні кампанії», а також перше місце в рейтингу ефективності брендів у сфері маркетингових комунікацій [28].

За підсумками 2022 р. продуктова мережа «Сільпо» посіла 9 місце у переліку топ-100 компаній України за обігом [29]. Загалом у цьому списку опинились всього 6 підприємств, які працюють у сфері роздрібної торгівлі переважно продуктами харчування та напоями, а саме: «АТБ», «Сільпо», «Metro», «Фора», «Varus» та «Велмарт».

За обігом мережу «Сільпо» обійшла тільки мережа «АТБ», яка посіла 2 місце у загальному топі та є найприбутковішою компанією у цій сфері.

Конкурентна позиція «Сільпо» на ринку продовольчих мереж за підсумками 2022 р. наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Конкурентна позиція «Сільпо» на ринку продовольчих мереж за підсумками 2022 р.

№	Місце у рейтингу топ-100	Продуктова мережа	Офіційна назва	Дохід за 2022 р., млрд грн
1	2	АТБ	ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»	148,3
2	9	Сільпо	ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»	70,0
3	53	Metro	ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА»	20,2
4	54	Фора	ТОВ «ФОРА»	19,6
5	69	Varus	ТОВ «ОМЕГА»	14,6
6	76	Велмарт	ТОВ «ФУДКОМ»	13,5

Головна різниця між мережами «Сільпо» та «АТБ» – це фокус на різні сегментські групи споживачів: «АТБ» надає перевагу бюджетним товарам та простоті формування полиць у магазинах, той час як «Сільпо» продає товари середнього та вищого сегмента та оформлює супермаркети за допомогою дизайнерів, за що неодноразово було отримано різні нагороди. Станом на кінець травня 2023 р. мережа «Сільпо» нараховує 306 супермаркетів, у той час як у «АТБ» понад 1300 од. [30]. Обидві мережі є українськими компаніями, які працюють на ринку понад 20 років.

2.2. Вертикальний аналіз звіту про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд»

Доходи ТОВ «Сільпо-Фуд» складаються з: чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), інші операційні доходи, інші фінансові доходи, інші доходи, дохід з податку на прибуток.

1. Найбільшу питому вагу у загальних доходах (мінімум 97,7%) займає чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), у середньому він дорівнює 98,35% від усіх доходів. Тобто, найбільший дохід підприємство отримує від своєї основної діяльності – «Роздрібна торгівля в неспеціалізованих

магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами». Чистий дохід з кожним роком збільшується, але його питома вага у загальному доході завжди різна та коливається у межі з 97,71% (показник 2019 р.) до 99,00% (показник 2020 р.). У 2022 р., у період дії воєнного стану, чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) займає 98,13% у загальних доходів підприємства, що на 0,02% нижче за показник попереднього року.

2. Інші операційні доходи у загальних доходах підприємства займають у середньому 0,66%. Найнижчим показником за 2018-2022 рр. був 2019 р. – 0,46%, а найвищим 2022 р. – 1,02%.

3. Інші фінансові доходи у ТОВ «Сільпо-Фуд» з'явилися у 2019 р., у середньому вони дорівнюють 0,20% від всіх доходів. Їх питома вага з кожним роком зростала за виключенням 2022 р., де інші фінансові доходи значно зменшилися і їх питома вага стала найнижчою за обраний період та дорівнювала всього 0,08%. Найвищий показник був у 2021 р. – 0,42%.

4. Інші доходи є найменш стабільними зі всіх доходів. Найнижчий показник був у 2020 р. та питома вага дорівнювала 0,13%, найвищий показник був у 2019 р. та дорівнював 1,61%. У середньому інші доходи займають 0,73% у загальних доходах підприємства. У 2022 р. вони займали 0,72%.

5. Завдяки відстроченню податкових активів і зобов'язань ТОВ «Сільпо-Фуд» отримує дохід з податку на прибуток, який в середньому займає 0,06% у загальних доходах підприємства. Найнижчий показник був у 2019 р. та дорівнював 0,03%, найвищий – у 2021 р., який дорівнював 0,11%.

Структурний аналіз доходів у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Структурний аналіз доходів у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.

№	Стаття	Код рядка	Питома вага, %					Ср. знач., %
			2018	2019	2020	2021	2022	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	98,75	97,71	99,00	98,15	98,13	98,35

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
2	Інші операційні доходи	2120	0,78	0,46	0,50	0,56	1,02	0,66
3	Інші фінансові доходи	2220	0,00	0,19	0,31	0,42	0,08	0,20
4	Інші доходи	2240	0,41	1,61	0,13	0,76	0,72	0,73
5	Дохід з податку на прибуток	2300	0,06	0,03	0,07	0,11	0,04	0,06
	Разом доходи		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	

Отже, найбільшу частину доходів займає чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), який у середньому займає 98%. Всі інші види доходів у середньому важать менше 1%, де найменший дохід – це дохід з податку на прибуток, який важить менше 0,1%.

Витрати ТОВ «Сільпо-Фуд» складаються з: собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, фінансові витрати, втрати від участі в капіталі, інші витрати.

1. Найбільшу питому вагу у загальних витратах (мінімум 64,4%) займає собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), у середньому вона дорівнює 70,25% від усіх витрат. Хоч самі витрати на собівартість зростали, її питома вага у загальних витратах з кожним роком зменшувалась: у 2018 р. вона дорівнювала 74,47%, у 2022 р. – 64,42%.

2. Адміністративні витрати в середньому займають 2,6% у загальних витратах. Зростав як і сам показник, так і його питома вага за роками: у 2018 р. вона дорівнювала 1,38%, у 2022 р. – 4,3%.

3. Витрати на збут є другими значними витратами, у середньому вони займають 21,8% від загальних витрат. З 2018 по 2021 рр. вони мали тенденцію до росту питомої ваги у межах 19,02-24,39% відповідно, у 2022 р. питома вага зменшилась до 22,42%.

4. Інші операційні витрати не займають більше 0,3% питомої ваги у всіх витратах та у середньому дорівнюють 0,14%. Найнижчий показник був у 2019 р. – 0,01%. Найвищий показник був у 2018 р. – 0,26%.

5. Фінансові витрати займають у середньому 3,36% від загальних витрат. Мають тенденцію до збільшення самого показника, але до зниження

безпосередньо питомої ваги. Таким чином показник питомої ваги 2018 р. дорівнює 3,96%, а показник 2022 р. – 3,18%.

6. Втрати від участі в капіталі у 2018-2022 рр. зменшувались та їх питома вага зменшувалась також: у 2018 р. вона дорівнювала 0,57%, у 2022 р. – 0,01%. Середнє значення дорівнює 0,16%.

7. Інші витрати збільшувались за виключенням 2021 р. Їх середня питома вага дорівнює 1,66%. Показник 2021 р. дорівнює всього 0,03%, у той час як показник 2022 р. дорівнює 5,47%, що є найвищим показником, який обумовлений різким ростом інших витрат через російське вторгнення в Україну.

Структурний аналіз витрат у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Структурний аналіз витрат у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.

№	Стаття	Код рядка	Питома вага, %					Ср. знач., %
			2018	2019	2020	2021	2022	
1	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	74,47	74,41	69,31	68,66	64,42	70,25
2	Адміністративні витрати	2130	1,38	1,28	2,47	3,65	4,30	2,62
3	Витрати на збут	2150	19,02	20,34	22,86	24,39	22,42	21,80
4	Інші операційні витрати	2180	0,26	0,01	0,08	0,16	0,20	0,14
5	Фінансові витрати	2250	3,96	3,31	3,26	3,10	3,18	3,36
6	Втрати від участі в капіталі	2255	0,57	0,17	0,03	0,00	0,01	0,16
7	Інші витрати	2270	0,34	0,48	1,98	0,03	5,47	1,66
	Разом витрати		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	

Отже, найбільшу питому вагу серед всіх витрат займає собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) – в середньому 70%. Приблизно 22% займають витрати на збут. Адміністративні витрати, фінансові витрати та інші витрати займають в середньому не більше 3% кожен. Інші операційні витрати та втрати від участі в капіталі є найменшими витратами та займають не більше 0,2% від загальних витрат.

2.3. Аналіз динаміки прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» та факторів впливу на його формування

У 2018 р. мережа «Сільпо» отримала чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) майже у 52 млрд грн. Собівартість дорівнювала 39,8 млрд грн, тож відповідно формулі (1.3) валовий прибуток вийшов 12 млрд грн.

У 2019 р., збільшуючи обсяги продукції, відкриваючи нові супермаркети, впроваджуючи нові програми для клієнтів, чистий дохід від реалізації продукції дорівнював 62,5 млрд грн, що більше за минулорічний показник на 20,5%. Валовий прибуток збільшився на 25,4% та дорівнював 15,1 млрд грн.

У 2020 р. «Сільпо» не зміг зберегти темп нарощення доходу через поширення пандемії COVID-19 – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшився всього на 3,1% у порівнянні з 2019 р., він дорівнював 64,4 млрд грн. Валовий прибуток збільшився на 13,5% та дорівнював 17,2 млрд грн.

У 2021 р. чистий дохід дорівнював 72,8 млрд грн, що більше за минулорічний показник на 13%. Також, у цьому році різниця між доходом від реалізації продукції та собівартістю від реалізації продукції стала найбільшою за обраний період, що призвело до найбільшого прибутку – 20,6 млрд грн, що більше за 2020 р. на 20,1%.

У 2022 р., у період російсько-української війни, через значні труднощі, які постали перед українським суспільством, мережа «Сільпо» отримала дохід 70 млрд грн, що є меншим за 2021 р. на 3,8%. Валовий прибуток зменшився на 6,3% та дорівнював 19,3 млрд грн.

За 2018-2022 рр. мережа «Сільпо» збільшила свій виторг, або дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), на 35%, що дорівнює 18,2 млрд грн. Валовий прибуток збільшився на 7,3 млрд грн, що дорівнює збільшенню на 60,3%.

Порівняння чистого доходу від реалізації продукції та валового прибутку ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2018-2022 рр. наведена на рис. 2.1. Адитивна модель №1 –

Вплив факторів на збільшення валового прибутку (збитку) ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у додатку Д.

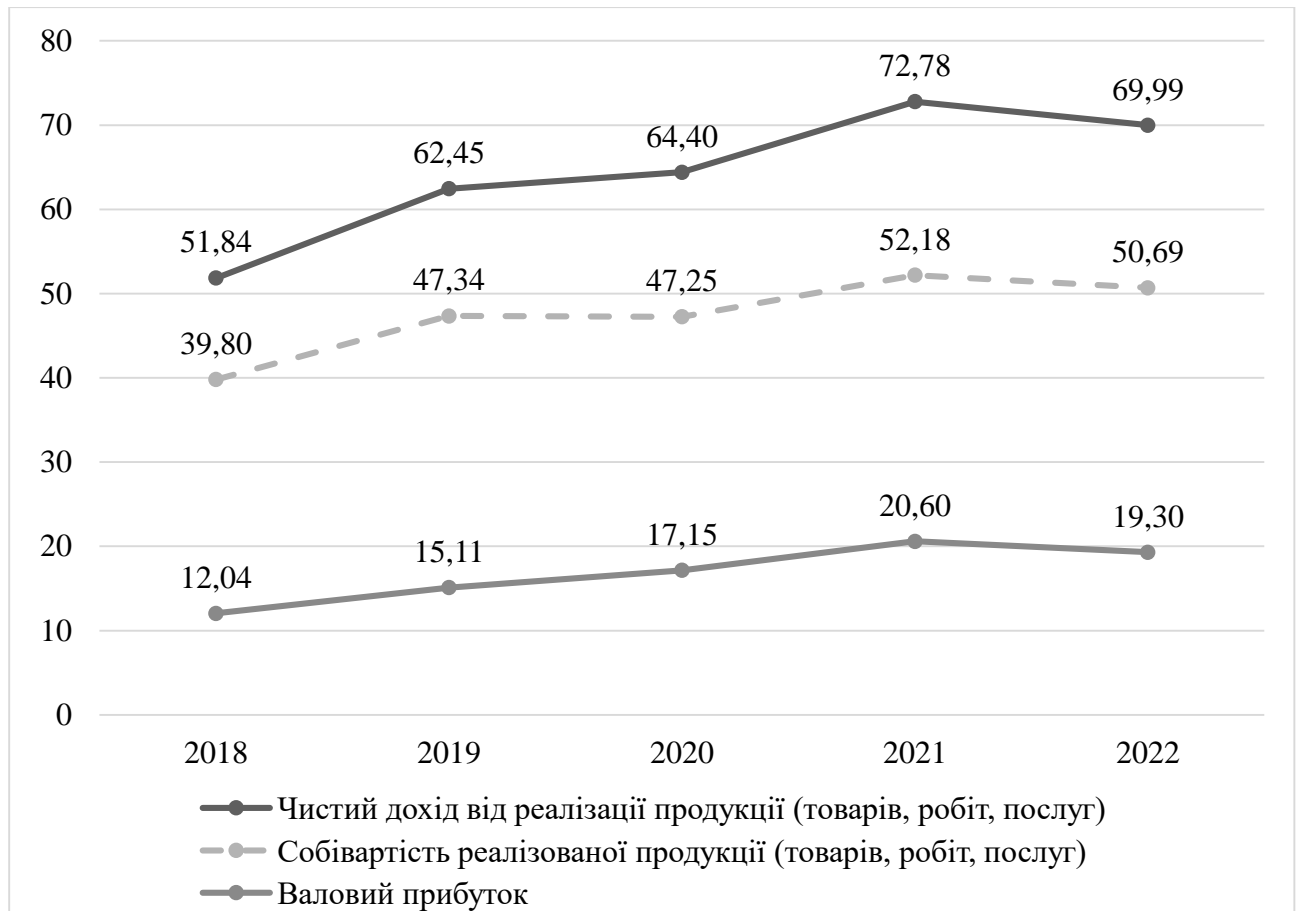


Рис. 2.1 – Порівняння чистого доходу від реалізації продукції та валового прибутку ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2018-2022 рр., млрд грн

Як зазначалося у підрозділі 1.1, фінансовий результат від операційної діяльності розраховується за формулою (1.4) як різниця між валовим прибутком та доходами і витратами від операційної діяльності, де витрати від операційної діяльності поділяються на: адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати.

На рис. 2.2 наведено порівняння валового прибутку та фінансового результату від операційної діяльності ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2018-2022 рр. включаючи доходи і витрати від операційної діяльності, щоб наочно оцінити, якими значними є витрати від операційної діяльності. Адитивна модель №2 –

Вплив факторів на збільшення прибутку (збитку) від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у додатку Е.

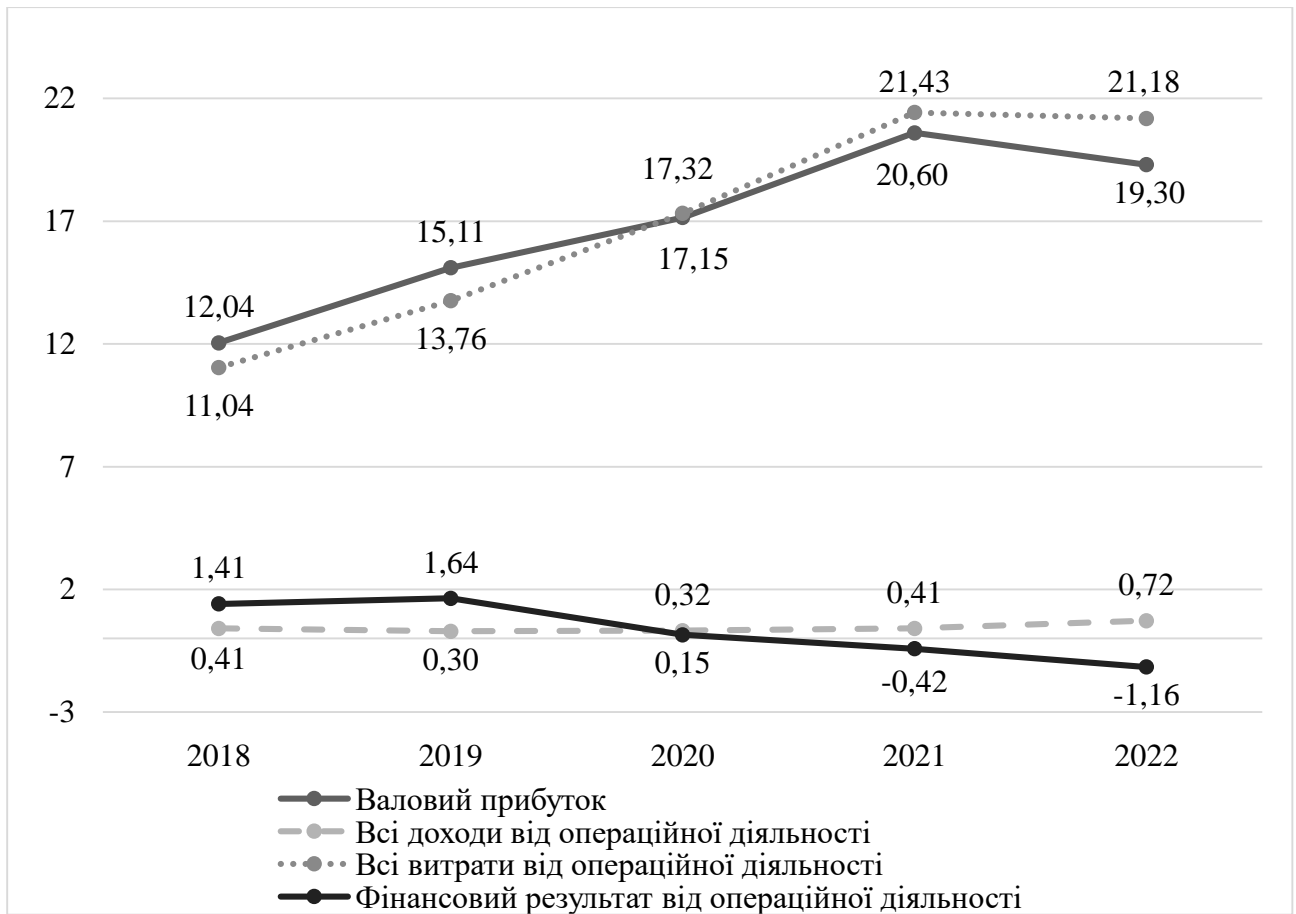


Рис. 2.2 – Порівняння валового прибутку та фінансового результату від операційної діяльності ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2018-2022 рр., млрд грн

У 2018 р. фінансовий результат від операційної діяльності дорівнював 1,4 млрд грн. Така значна різниця між валовим прибутком та фінансовим результатом від операційної діяльності (10,6 млрд грн) виникла за рахунок великих витрат від операційної діяльності, де найбільшими витратами є витрати на збут – 10,2 млрд грн. Адміністративні витрати та інші операційні витрати разом дорівнюють 880 млн грн, у той час як інші операційні доходи дорівнюють всього 411 млн грн.

У 2019 р. інші операційні доходи зменшились на 28% та дорівнювали 296 млн грн. Витрати від операційної діяльності, навпаки, збільшились ще більше: витрати на збут збільшились на 27,3% та дорівнювали 12,9 млрд грн,

адміністративні витрати збільшилися на 10,3% та дорівнювали 814 млн грн. Загалом фінансовий результат від операційної діяльності збільшився на 16,1% та дорівнював 1,6 млрд грн.

У 2020 р. всі витрати від операційної діяльності (дорівнюють 17,3 млрд грн) досягли рівня валового прибутку (дорівнює 17,2 млрд грн): витрати на збут зросли на 20,4% та дорівнювали 15,6 млрд грн, адміністративні витрати зросли на 106,9% та дорівнювали 1,7 млрд грн. Лиш за рахунок інших операційних доходів величиною у 324 млн грн підприємство у 2020 р. змогло отримати позитивний фінансовий результат від операційної діяльності величиною 150 млн грн, який є меншим за минулорічний показник на 90,6%.

У 2021 р. витрати від операційної діяльності досягли максимального рівня за 2018-2022 рр. – 21,4 млрд грн, де витрати на збут зросли на 18,9% та дорівнювали 18,5 млрд грн, адміністративні витрати зросли на 64,7% та дорівнювали 2,8 млрд грн. Інші операційні доходи зросли на 27,5% та дорівнювали 412 млн грн, але цього було замало, щоб отримати позитивний фінансовий результат від операційної діяльності – збиток дорівнює 417 млн грн.

У 2022 р. витрати від операційної діяльності майже не змінилися (зменшення всього на 1,2%), але збільшився дохід – зростання на 75,8% що дорівнює 725 млн грн. Через зменшення валового прибутку у 2022 р. вийти на позитивний фінансовий результат від операційної діяльності «Сільпо» не вдалося – збиток дорівнює 1,2 млрд грн та є найбільшим за обраний період.

За 2018-2022 рр. фінансовий результат від операційної діяльності зменшився на 182% або на 2,6 млрд грн за рахунок великих витрат, зокрема витрат на збут, які збільшилися на 73,6% або на 7,5 млрд грн та адміністративних витрат, які збільшилися на 357,6% або на 2,6 млрд грн.

На рис. 2.3 наведено, як у період 2018-2022 рр. змінювались витрати від операційної діяльності ТОВ "Сільпо-Фуд", зокрема витрати на збут, адміністративні витрати та інші операційні витрати.

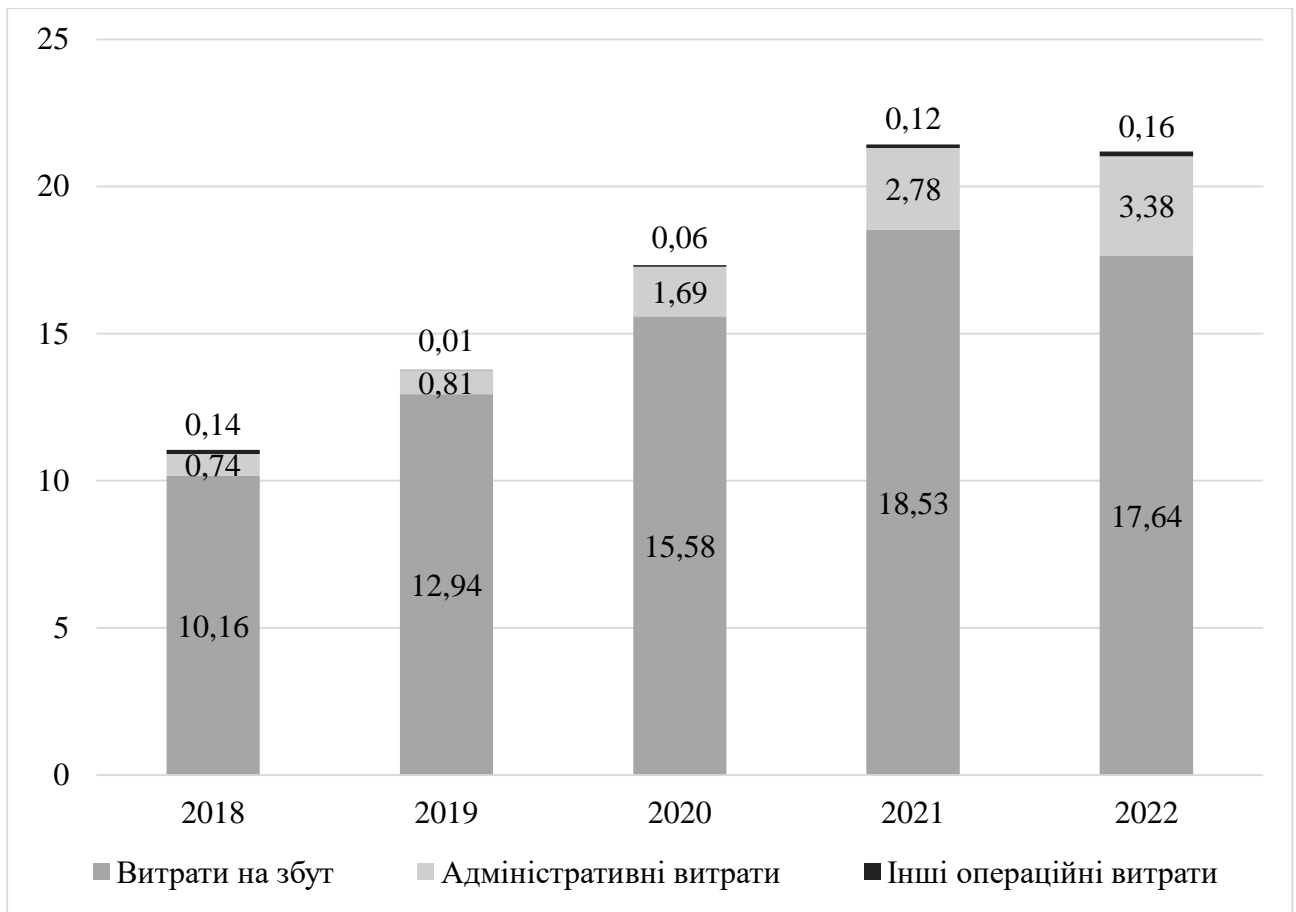


Рис. 2.3 – Динаміка витрат від операційної діяльності ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2018-2022 рр., млрд грн

Як зазначалося у підрозділі 1.1, факторами зміни чистого прибутку (або збитку) є: зростання (або зменшення) загальної величини доходів та зменшення (зростання) загальної величини витрат і податку на прибуток. Розраховується чистий фінансовий результат за формулою (1.6) – до фінансового результату від операційної діяльності додаються всі доходи та витрати, які не включені в операційну діяльність. Порівняння усіх фінансових результатів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у рис. 2.4.

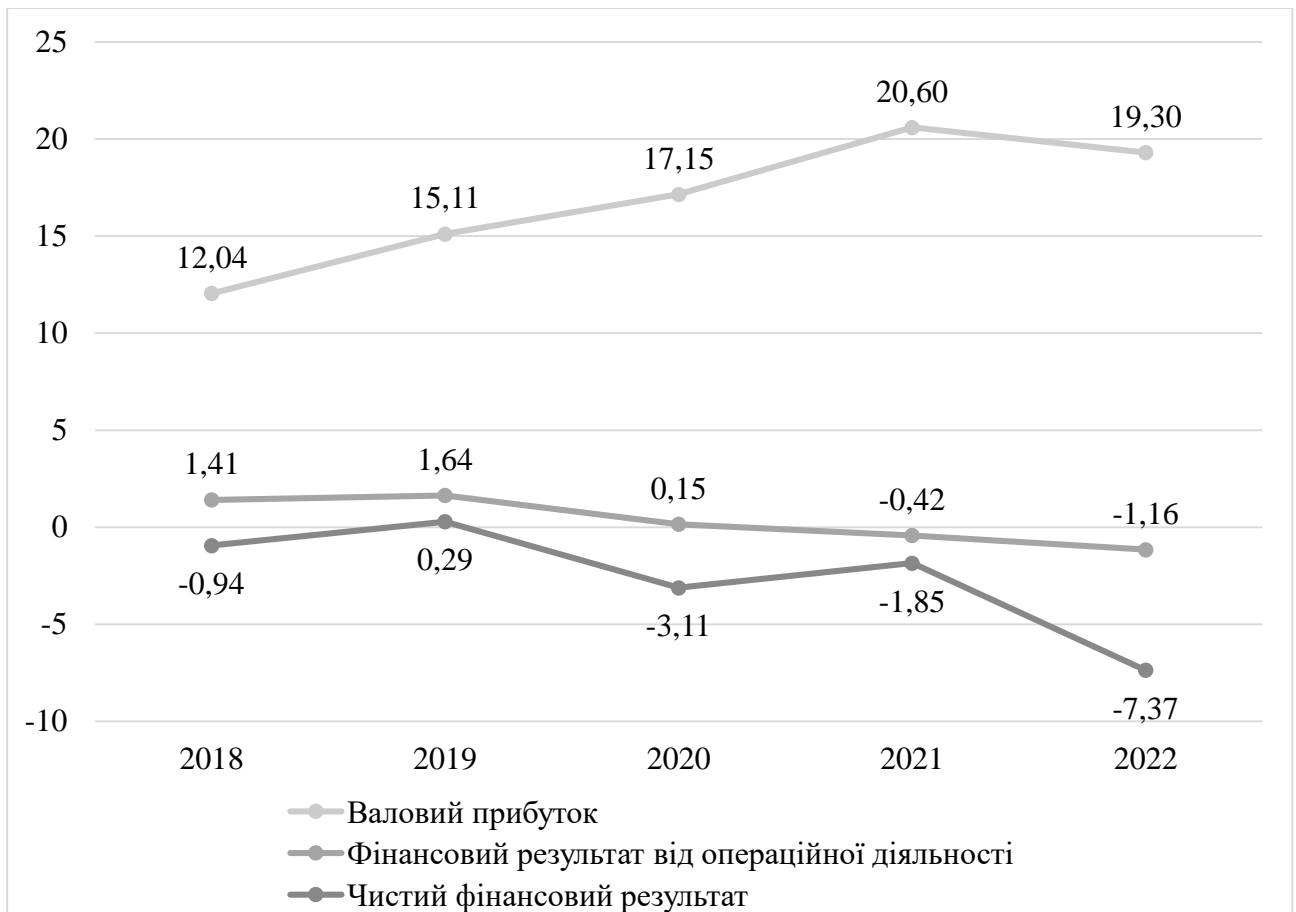


Рис. 2.4 – Порівняння усіх фінансових результатів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр., млрд грн

У 2018 р. підприємство ТОВ «Сільпо-Фуд» отримало негативний чистий фінансовий результат – збиток дорівнює 944 млн грн. Найбільшим фактором впливу були фінансові витрати, які дорівнювали 2,1 млрд грн. Втрати від участі в капіталі та інші витрати разом дорівнюють 485 млн грн. Інші доходи дорівнюють 216 млн грн.

У 2019 р. підприємство змогло отримати прибуток, він дорівнює 290 млн грн. Позитивний фінансовий результат вийшов за рахунок зростання інших доходів на 375,4% або на 810 млн грн та більш високих фінансових результатів у порівнянні з 2018 р. Фінансові та інші витрати майже не змінились.

У 2020 р. через збільшення інших витрат на 340,3% або на 1 млрд грн підприємство отримало збиток величиною 3,1 млрд грн. Значний вплив також мало те, що прибуток від операційної діяльності вже дорівнював всього 154 млн грн та інші доходи зменшились на 91,7% та дорівнювали всього 85 млн грн.

У 2021 р., завдяки зростанню інших фінансових доходів на 56,5% або на 114 млн грн, зростанню інших доходів на 563,3% або на 479 млн грн та зменшенню інших витрат на 98,1% або на 1,3 млрд, збиток підприємства зменшився на 40,7% та дорівнював 1,8 млрд грн.

У 2022 р., через наслідки російсько-української війни (відновлення знищених торгових об'єктів, складських приміщень та фабрик), інші витрати збільшилися на 16751,2% або на 4,3 млрд грн. Також, на 6% збільшилися фінансові витрати і на 81,3% зменшилися інші фінансові доходи. Все це призвело до найбільшого збитку за 2018-2022 рр. – 7,4 млрд грн, що є меншим за 2021 р. на 299%.

На рис. 2.5 наведено динаміку показника чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. Адитивна модель №3 – Вплив факторів на збільшення чистого прибутку (збитку) ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр. наведено у додатку Ж.

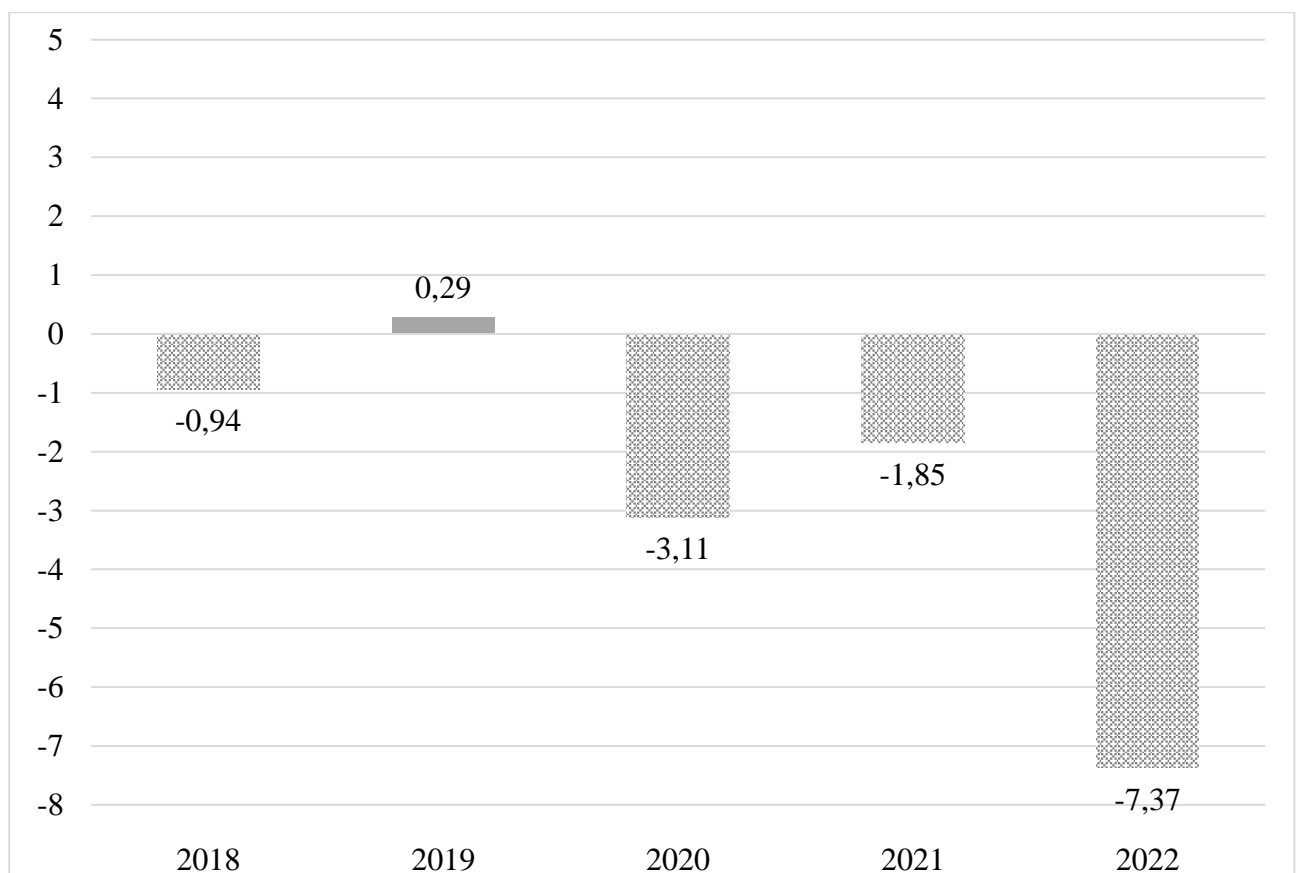


Рис. 2.5 – Динаміка показника чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр., млрд грн

За 2018-2022 р. чистий фінансовий результат зменшився на 680,8% або на 8,3 млрд грн. За останні 5 років діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» підприємство отримало прибуток тільки 1 раз – у 2019 році, величиною 290 млн грн.

2.4. Аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» та чинників, які на неї впливають

Як зазначалося у підрозділі 1.2, показники рентабельності продажів – одні з найважливіших показників ефективності діяльності компанії.

Валова рентабельність продажів (GPM), яка розраховується за формулою (1.7), у 2018 році дорівнювала 23,23%. Це говорить про те, що зі 100 грн доходу підприємство отримало 23,23 грн після сплати прямих витрат на ведення бізнесу. У 2019-2021 рр. валова рентабельність зростала, найвищий показник був у 2021 р. та дорівнював 28,3%, що говорить про ефективну політику ціноутворення та вдосконалення шляхів щодо зниження собівартості продукції. У 2022 р. валова рентабельність продажів знизилась до 27,6%, оскільки чистий дохід зменшився через наслідки російсько-української війни, а саме еміграцію населення за кордон або на захід країни та знищення торгових точок і складських приміщень підприємства.

Операційна рентабельність продажів (OPM), яка розраховується за формулою (1.8), у 2018 році дорівнювала 2,7%. Тобто, зі 100 грн доходу підприємство отримало 2,7 грн після всієї операційної діяльності, такої як сплата комунальних послуг та оренди, амортизація та адміністративні витрати. Впродовж 2019-2022 р. операційна рентабельність зменшувалась та у 2021 р. досягла від'ємної позначки у -0,6%. Таким чином підприємство почало отримувати збитки від операційної діяльності. Найменшим показником операційної рентабельності був у 2022 р. та дорівнював -1,7%, з кожних 100 грн доходу підприємство отримувало 1,7 грн збитків. Значний вплив на цей результат мало значне збільшення витрат на збут та адміністративних витрат упродовж 2021-2022 рр.

Чиста рентабельність продажів (NPM), яка розраховується за формулою (1.9), у 2018 році дорівнювала -1,8%. Тобто, після покриття всіх витрат, включаючи відсотки та податки, на кожні 100 грн доходів від реалізації продукції підприємство отримує збиток розміром 1,8 грн. У 2019 р. мережа Сільпо змогла вийти на позитивну рентабельність за рахунок зменшення собівартості продукції та інших витрат. Чиста рентабельність продажів дорівнювала 0,46%, що все одно вважається дуже низьким показником, зі 100 гривень доходу чистий прибуток дорівнює всього 46 копійок. У 2020-2022 рр. чиста рентабельність знов була від'ємною, де найменший показник був у 2022 р. та дорівнював -10,5%. Найбільше на цей результат вплинуло значне збільшення витрат, які стали наслідками російсько-української війни, безпосередньо збільшення собівартості інвестицій на відбудування та відновлення роботи приміщень підприємства.

На рис. 2.6 наведено показники рентабельності продажів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.

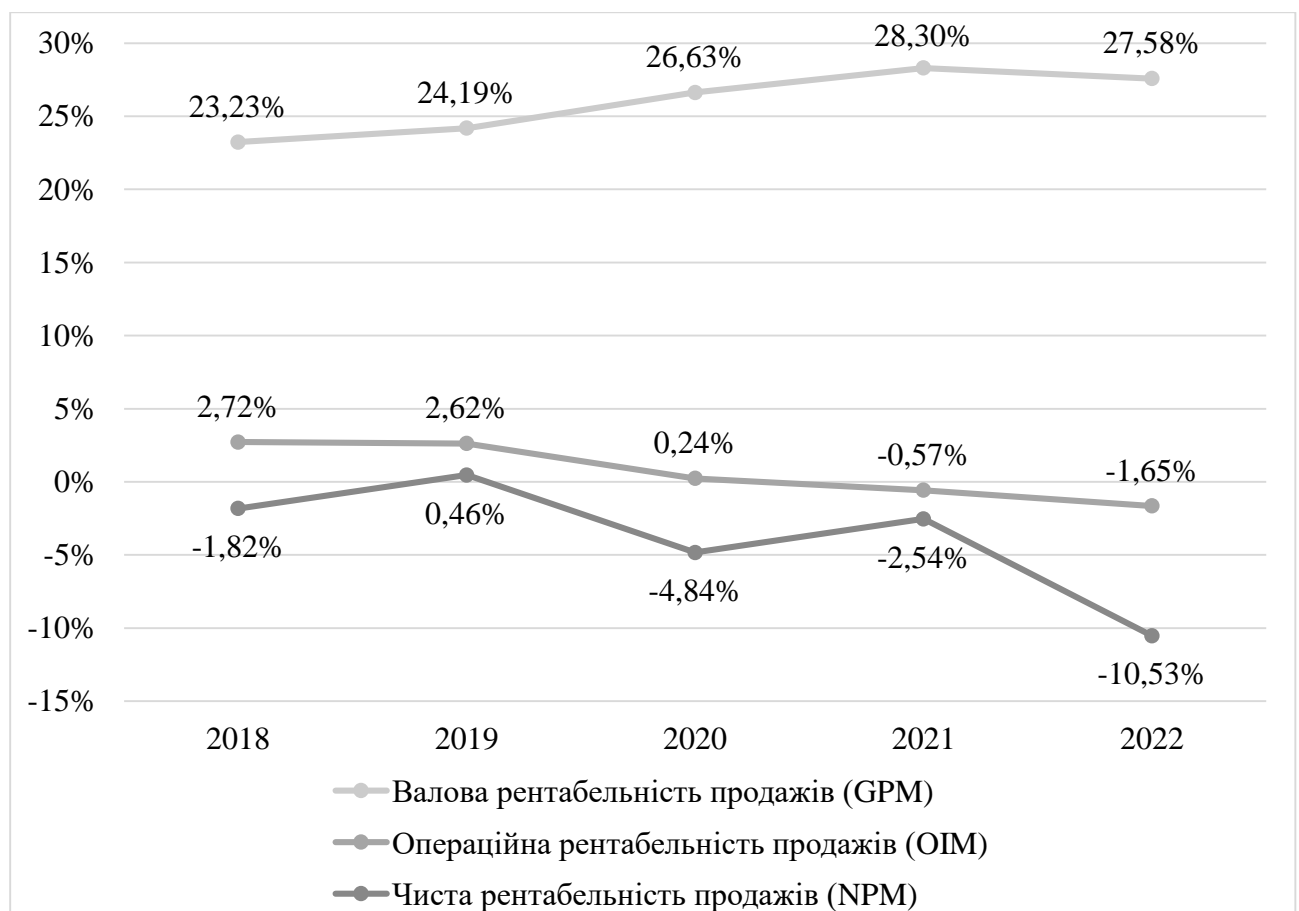


Рис. 2.6 – Рентабельність продажів ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр., %

Таким чином, можна зробити висновки, що підприємство ТОВ «Сільпо-Фуд» останні 3 роки (2020-2022 рр.) є збитковим та нерентабельним. Основними проблемами є: великі витрати на збут, витрати на адміністрування та інші витрати. Також, потрібно зазначити, що найбільший негативний вплив на діяльність підприємства за 2018-2022 рр. мала російсько-українська війна, яка розпочалась на початку 2022 р.

Висновки до розділу 2

На основі проведених у розділі 2 кваліфікаційної роботи досліджень було встановлено, що:

Товариство з обмеженою відповідальністю «Сільпо-Фуд» є українським підприємством та займає на ринку країни друге місце після мережі «АТБ». Основний вид діяльності мережі «Сільпо» це роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Станом на кінець 2021 року по всій Україні працювало близько 330 магазинів. Мережа «Сільпо» працює понад з 790 імпортерами з 80 країн світу з яких найбільшими країнами-імпортерами є Італія, Іспанія та Норвегія. Також, «Сільпо» має власне виробництво продуктів та їжі, де з найпопулярніших видів виробництва є власні пекарні «Крафтяр», швидка піца та кулінарія.

Найбільший дохід, у середньому 98% від усіх доходів, підприємство отримує від своєї основної діяльності. Всі інші види доходів важать менше ніж 1%. Найбільші витрати, у середньому 70% від усіх витрат, займає собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), а також, 22% займають витрати на збут. Адміністративні витрати, фінансові витрати та інші витрати займають в середньому не більше 3% кожен. Інші операційні витрати та втрати від участі в капіталі є найменшими витратами та займають не більше 0,2% від загальних витрат.

У 2018 р. мережа «Сільпо» отримала чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 51,8 млрд грн. Протягом 2019-2021 рр. виторг підприємства зростав та у 2021 р. він дорівнював 72,8 млрд грн, що є більшим за показник 2018 р. на 40,4%. У 2022 р., у період російсько-української війни, через значні труднощі, які постали перед українським суспільством, мережа «Сільпо» отримала дохід на 3,8% менше у порівнянні з 2021 р. – 70 млрд грн.

Завдяки вдосконаленню політики ціноутворення та шляхів щодо зниження собівартості продукції, різниця між собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) та чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) з кожним роком збільшувалась, що є позитивним показником для підприємства. Валовий прибуток ТОВ «Сільпо-Фуд» за 5 останніх років збільшився з 12 млрд грн до 19,3 млрд грн, що є більшим за показник 2018 р. на 60,3%.

Протягом 2018-2022 р. фінансовий результат від операційної діяльності з кожним роком зменшувався (за виключенням 2019 р. – це був найбільший прибуток за обраний період величиною у 1,6 млрд грн). Причиною щодо цього стали великі та зростаючі витрати, де найбільшими витратами є витрати на збут, які у середньому дорівнюють 14,9 млрд грн на рік. Починаючи з 2020 р. всі витрати від операційної діяльності перевищували валовий прибуток. З 2021 р. фінансовий результат від операційної діяльності був негативним та у 2022 р. збиток дорівнював 1,2 млрд грн, що є меншим за показник 2018 р. на 182% або на 2,6 млрд грн.

За виключенням 2019 р., з 2018 по 2022 р. ТОВ «Сільпо-Фуд» отримує негативний чистий фінансовий результат – збитки. Збиток 2018 р. дорівнює 944 млн грн, збиток 2022 р. дорівнює 7,4 млрд грн, що є більшим на 680,8%. Причиною збитків є високі фінансові витрати, які з кожним роком зростають у середньому на 4,3% та дорівнюють 2,3 млрд грн. Також, у кризових роках (спалах пандемії COVID-19 у 2020 р. та повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 р.) значно зростала категорія «інших витрат»: у 2020 р. вони збільшилися на 340,3% або на 1 млрд грн; у 2022 р. інші витрати збільшилися на 16751,2% або на 4,3 млрд грн. Безпосередньо у 2022 р. підприємство збільшило

собівартість інвестицій на відбудування та відновлення роботи приміщень підприємства на деокупованих територіях України, оскільки через російсько-українську війну багато торгових точок, складських приміщень та фабрик було знищено або значно пошкоджено.

У 2018 р. чиста рентабельність продажів дорівнювала -1,8%. У 2022 р. вона зменшилась ще більше та дорівнювала -10,5%, тобто, з кожних 100 грн виторгу підприємство отримувало 10,5 грн збитків. 2019 р. – це єдиний рік, коли мережа «Сільпо» мала прибуток, рентабельність дорівнювала 0,46%, що все одно є дуже низьким показником, який показує, що на 100 грн виторгу підприємство отримувало прибуток розміром всього 46 копійок. Підприємство ТОВ «Сільпо-Фуд» останні 3 роки (2020-2022 рр.) є збитковим та нерентабельним.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ТА ПЛАНУВАННЯ ЙОГО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

3.1. Шляхи підвищення прибутковості підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд»

Для того, щоб збільшувати виторг та зменшувати витрати, всі структури підприємства повинні взаємодіяти разом. Виконуючі різні функції вони доповнюють один одного та покращують підприємство. Модель взаємодії різних структур підприємства для підвищення прибутковості наведено на рис. 3.1.



Рис. 3.1 – Модель взаємодії різних структур підприємства для підвищення прибутковості

Шляхи підвищення прибутковості підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд»:

1. Вдосконалення маркетингу та реклами. Щоб залучити більше клієнтів потрібно інвестувати в маркетингові та рекламні кампанії. Для того, щоб зберегти клієнтів мережі «Сільпо», треба розвивати чинну бонусну програму «Власний рахунок», яка дозволяє клієнтам отримувати бонуси та пізніше використовувати їх. Станом на кінець 2021 р. програму використовував кожен другий гість (48%). Розробка акцій та спеціальних пропозицій, а також вдосконалення додатка будуть гарними інвестиціями у діяльність підприємства. Покращений «Власний рахунок» може стати мотивацією щодо вибору клієнтів саме мережі «Сільпо» серед інших супермаркетів, за рахунок чого збільшиться виторг підприємства та валова рентабельність продажів.

2. Впровадження інновацій. Використовування обладнання для автоматизації систем або процесів є відомою практикою у європейських мережах супермаркетів. Кінцевою метою автоматизації виробництва є збільшення виробничих потужностей при зниженні витрат. Автоматизація може бути використана в управлінні виробничим бізнесом, наприклад, з автоматизованим плануванням запасів, надсиланням та аналізом даних для звітності, а також може допомогти підвищити безпеку на робочому місці, виконуючи завдання, які можуть травмувати або поставити під загрозу працівників [31].

3. Вдосконалення асортименту. Як зазначалося у підрозділі 2.1, головним конкурентом «Сільпо» є мережа «АТБ», а їх різниця у фокусі на різні сегментські групи товарів. У 2022 р. виторг «АТБ» зменшився всього на 0,3% або на 420 млн грн, у той час як виторг «Сільпо» зменшився на 3,8% або на 2,8 млрд грн. Таку різницю можна пояснити тим, що у період війни попит на продукцію середнього та вищого сегменту значно падає, у той час як попит на продукцію стандартного споживацького кошика зростає. Мережі «Сільпо» потрібно розглянути можливість розширення асортименту продукції, включаючи нові продукти або варіації існуючих, на які споживачі будуть мати попит в умовах війни.

4. Збільшення співпраці та партнерства. Пошук можливостей для співпраці з іншими підприємствами або постачальниками може допомогти зменшити витрати підприємства. Об'єднання з іншими компаніями дозволяє отримувати кращі умови постачання продукції з-за кордону, що зменшить витрати на збут. Також, партнерство може бути використаним задля збільшення виторгу підприємства, якщо мережа «Сільпо» буде виступати як постачальник продукції. Станом на початок 2023 р. «Сільпо» є партнером «POSITANO» (неаполітанська піцерія) та «Escobar» (кубінський бар-ресторан). Вдалі пошуки нових партнерів не тільки привернуть увагу клієнтів цих підприємств до мережі «Сільпо», а також збільшать загальний дохід підприємства [32].

5. Вдосконалення управління запасами. Ефективне управління запасами може знизити витрати та оптимізувати ланцюжок постачання. Моніторинг попиту, прогнозування продажів та вчасне замовлення саме потрібної кількості продукції можуть допомогти уникнути переповнення або нестачі товарів на полицях у супермаркетах, що безпосередньо впливає на виторг підприємства. Варто використовувати коефіцієнт затовареності, який відображає ступінь затовареності готовою продукцією, де зростання показника свідчить про зниження попиту. Як розраховувати коефіцієнт затовареності готовою продукцією наведено у формулі (3.1).

$$K_{\text{зат}} = \frac{Q_{\text{нереал.пр.}}}{Q_{\text{продажів}}} \quad (3.1)$$

де $K_{\text{зат}}$ – коефіцієнт затовареності готовою продукцією;

$Q_{\text{нереал.пр.}}$ – обсяг нереалізованої продукції;

$Q_{\text{продажів}}$ – обсяг продажів.

6. Розвиток експорту. Якщо звернути увагу на зростаючий попит на українські продукти в інших країнах, можна це використати як розвиток експорту та збільшення виторгу. Деякі країни шукають альтернативні джерела постачання через конфліктну ситуацію з Росією, тож заміна російської продукції

українською буде впливати не тільки на дохід безпосередньо «Сільпо», а й на покращення репутації України у Європі та інших країнах. Також, у країнах з великим відсотком біженців з України є доцільним впроваджувати українську продукцію, тому що під впливом війни та великої відстані до дому українці будуть надавати перевагу саме цим товарам.

7. Оптимізація витрат. Ретельний аналіз всіх витрат підприємства допоможе знайти способи їх оптимізації. Це може включати перегляд контрактів з постачальниками, пошук більш ефективних способів використання ресурсів та зменшення витрат на логістику.

8. Відкриття нових торгових точок. При дослідженні ринку та пошуків нових можливостей для підприємства у воєнний час може бути доцільним відкриття нових торгових точок. Варто з обережністю підходити до планування та розуміти, що нові торгові точки потрібні не усюди. Після відтоку 20% населення України на захід країни після початку російсько-української війни попит на півдні та сході України значно зменшився, на відміну від заходу країни. Варто розглянути можливості відкриття додаткових торгових точок саме у цих місцях.

9. Залучення фінансування підприємства. Підприємству ТОВ «Сільпо-Фуд» варто розглянути можливість залучення фінансування, такого як кредити або інвестиції. Це може допомогти здійснити необхідні інвестиції у вигляді відбудовування пошкоджених об'єктів підприємства та відкриття нових торгових точок, розширення та вдосконалення виробництва і процесів. Для залучення в українську економіку іноземних інвесторів вже створено унікальну електронну платформу Advantage Ukraine, на якій зібрано понад 500 інвестпроектів та можливостей у 10-ти галузях економіки [33].

10. Підвищення ефективності працівників. Створення позитивного досвіду співробітників і сприятливого робочого середовища має гарний вплив на загальну роботу підприємства. Ставлення співробітників, схильність до вигорання, лояльність і клімат на робочому місці – усе це ключові показники утримання, задоволеності та продуктивності. Підвищити ефективність

працівників можна 2 способами: матеріально та нематеріально. Матеріальна мотивація охоплює підвищення заробітної плати, премії, бонуси, путівки та будь-які інші грошові заохочення. Нематеріальна мотивація допомагає відтворити певну атмосферу, яка опосередковано покращує якість роботи, стимулює інтерес та формує задоволення від роботи, вона дозволяє відчувати себе частиною колективу, формує відчуття єдності, захоплення від приналежності до певної групи людей та включає: кар'єрні можливості, освітні перспективи та можливість розвитку [34].

3.2. Прогноз основних фінансових показників ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. на основі лінії тренду

Прогнозування тенденцій – це складний, але корисний спосіб подивитися на минулі продажі чи зростання ринку, визначити можливі тенденції на основі цих даних і використовувати інформацію для екстраполяції того, що може статися в майбутньому. Фахівці з маркетингу зазвичай використовують прогнозування тенденцій, щоб допомогти визначити потенційне майбутнє зростання продажів [35].

Лінії тренду – надзвичайно цінний торговий інструмент. За визначенням, лінія тренду – це геометричне відображення середніх значень аналізованих показників, отримане за допомогою математичної функції, причому лінії проектується у майбутнє.

Для визначення достовірності прогнозу використовують значення похибки апроксимації (R^2). Чим ближче значення похибки апроксимації до одиниці, тим точніше обрана модель описує тенденцію розвитку.

Як зазначалося у підрозділі 2.1, одним з головних показників ефективної діяльності підприємства є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тобто, виторг. Станом на червень 2023 р. воєнний стан все ще діє, відповідно, ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2023 р. надалі буде зазнавати витрати через

російсько-українську війну, тож важливо враховувати вплив війни з метою забезпечення більш реалістичного прогнозування на рік.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
3	Лінійна	$y = 4,6634x + 50,303$	0,8269
2	Логарифмічна	$y = 12,244\ln(x) + 52,57$	0,9209
1	Степенева	$y = 52,747x^{0,1997}$	0,9261

Отже, з 92,61% достовірності степенева апроксимація є найбільш точним прогнозом виторгу ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., де показник буде дорівнювати 75,44 млрд грн, що є більшим за 2022 р. на 7,8%. Загалом, цей прогноз є дійсно реалістичним, оскільки у попередній кризовий період (пандемія у 2020-2021 рр.) підприємство на другий рік кризи отримало виторг на 13% більший за перший.

Прогнозування зміни чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено на рис. 3.2.

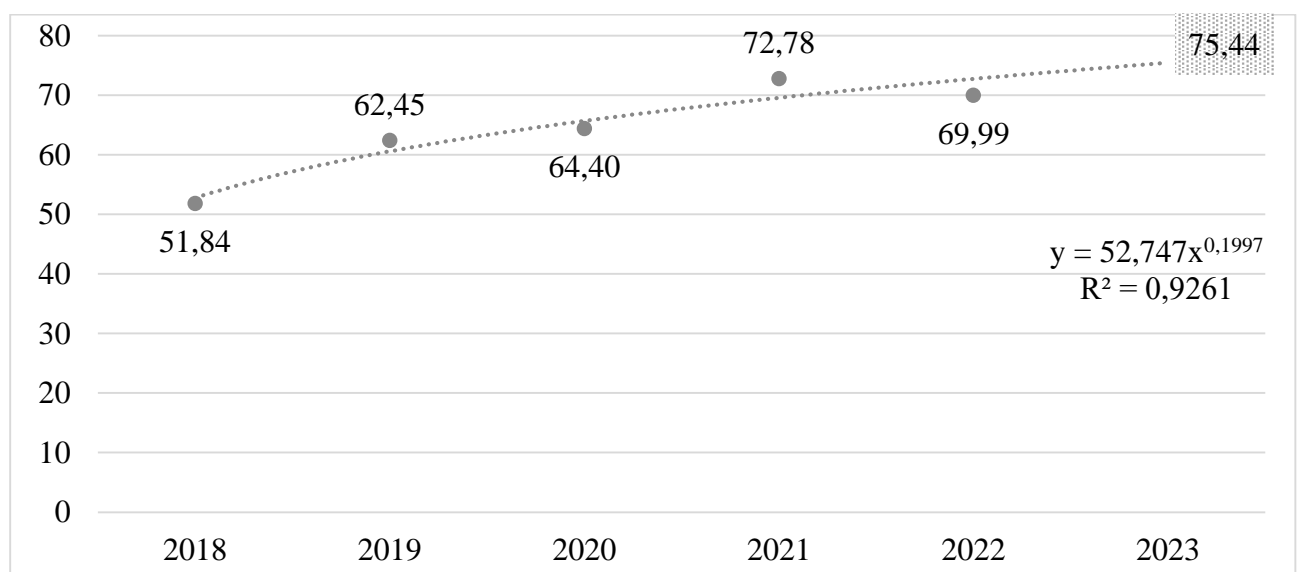


Рис. 3.2 – Прогнозування зміни чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., млрд грн

Валовий прибуток залежить безпосередньо від чистого доходу. Якщо підприємство зможе зберегти, а ще краще – знизити витрати на собівартість, та отримати прогнозований виторг у 2023 р., оптимістичні прогнози щодо валового прибутку можуть бути здійсненими.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника валового прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.2 – Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника валового прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
3	Лінійна	$y = 2,001x + 10,838$	0,8646
2	Логарифмічна	$y = 5,1453\ln(x) + 11,915$	0,9235
1	Степенева	$y = 12,104x^{0,3266}$	0,9458

З достовірністю 94,58% степенева апроксимація знову є найбільш точним прогнозом, де показник валового прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. буде дорівнювати 21,73 млрд грн, що є більшим за 2022 р. на 12,6%. Даний прогноз також можна назвати реалістичним, бо навіть у 2021 р., рік після кризи, валовий прибуток збільшився на 20,1%.

Прогнозування зміни валового прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено на рис. 3.3.

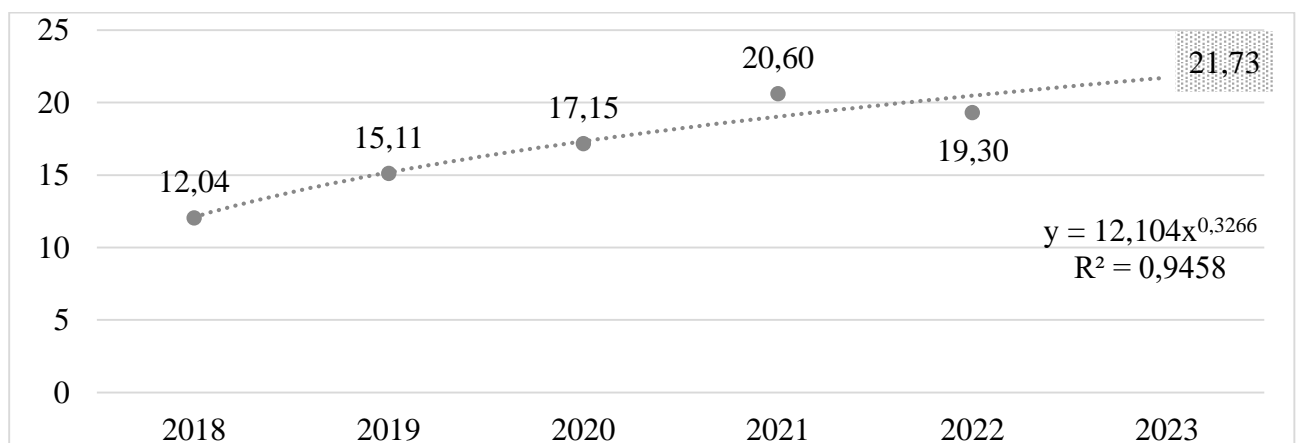


Рис. 3.3 – Прогнозування зміни валового прибутку ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., млрд грн

Фінансовий результат від операційної діяльності з 2020 р. зменшується та з 2021 р. є збитковим. Оскільки при від'ємних значеннях побудувати степеневу функцію неможливо, до ранжування за значенням похибки апроксимації ця функція не буде додана.

Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.3 – Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
1	Лінійна	$y = -0,7192x + 2,4832$	0,9104
2	Логарифмічна	$y = -1,669\ln(x) + 1,9234$	0,7917
-	Степенева	-	-

Оскільки лінійна функція є достовірною на 91,04%, а логарифмічна на 79,17%, їх можна розглядати як песимістичний та оптимістичний прогноз.

Песимістичний прогноз. З достовірністю на 91,04%, ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2023 р. отримує збитковий фінансовий результат від операційної діяльності, який буде дорівнювати -1,83 млрд грн, що є більшим за показник 2022 р. на 58,3%. Такий прогноз дійсно може здійснитися, якщо підприємство не зможе знайти шляхи до зменшення витрат, вдосконалити асортимент продукції, який відповідав би попиту у воєнний час, розвинути експорт та налагодити логістику. Песимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено на рис. 3.4.

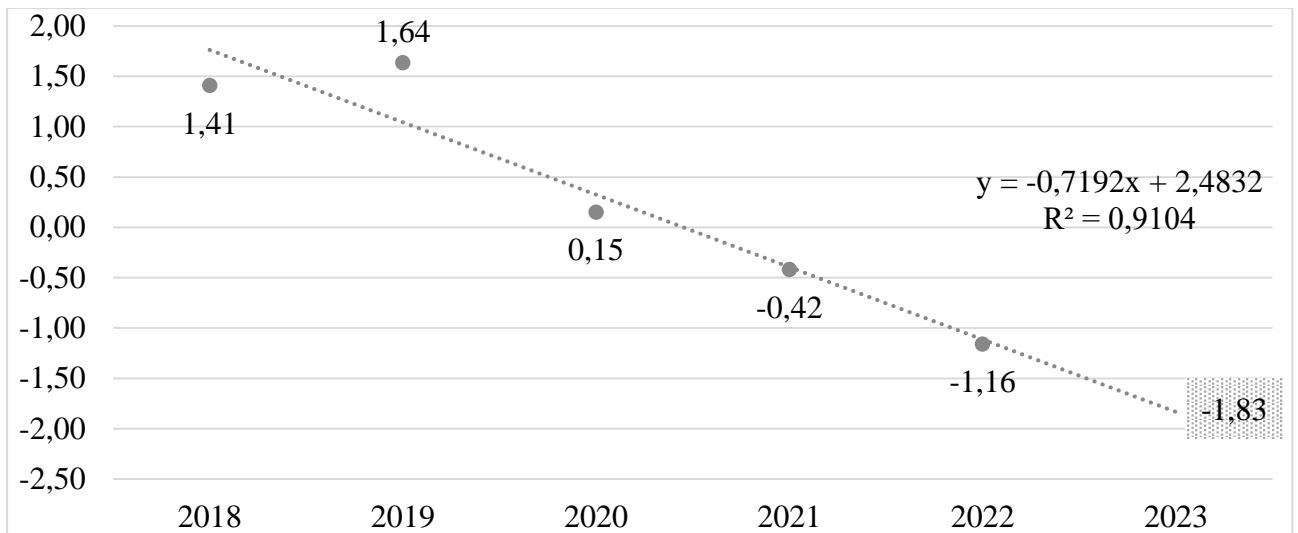


Рис. 3.4 – Песимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., млрд грн

Оптимістичний прогноз. З достовірністю на 79,17%, ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2023 р. отримує збитковий фінансовий результат від операційної діяльності, який буде дорівнювати -1,07 млрд грн, що є меншим за показник 2022 р. на 7,6%. Такий прогноз може бути реалістичним, якщо підприємство вживе заходів щодо підвищення ефективності підприємства, безпосередньо зменшить витрати на збут та адміністративні витрати, збільшить валовий прибуток. Оптимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено на рис. 3.5.

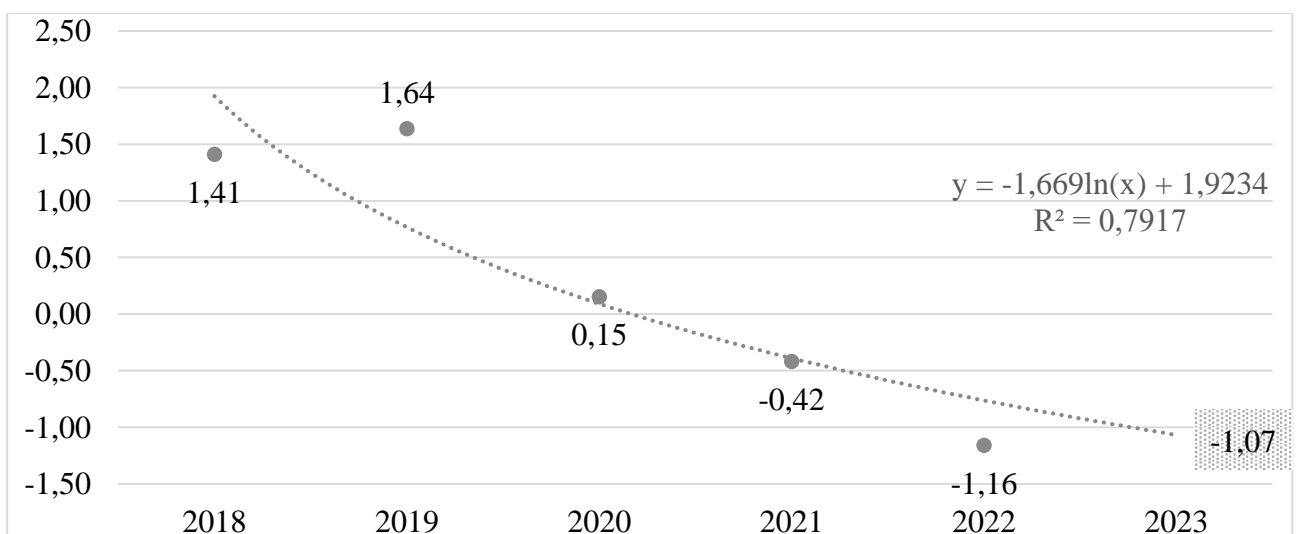


Рис. 3.5 – Оптимістичний прогноз зміни фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., млрд грн

Варто зазначити, що підприємство не зможе отримати прибуток від операційної діяльності у будь-якому випадку. Єдине, що може значно зменшити майбутній збиток – це зменшення витрат на збут, які кожного року ростуть на 15% у середньому.

Чистий фінансовий результат, головний показник діяльності підприємства, останні 3 роки (2020-2022 рр.) є негативним, збиток у 2022 р. дорівнював 7,4 млрд грн. Побудовані прогнозні моделі на 2023 р. не є достовірними, оскільки похибка апроксимації в обох випадках менше за 65%. Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Результат ранжування за значенням похибки апроксимації (R^2) при прогнозуванні показника чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р.

Ранг	Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2
1	Лінійна	$y = -1,4983x + 1,8987$	0,6478
2	Логарифмічна	$y = -3,223\ln(x) + 0,4901$	0,4843
-	Степенева	-	-

Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. буде проведено за допомогою методу ковзної середньої у підрозділі 3.3.

3.3. Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. методом ковзної середньої

Одним з найточніших у прогнозуванні методів є метод визначення ковзної середньої. За допомогою цього методу здійснюється заміна фактичних значень статистичного ряду середніми, які розраховуються за певний інтервал згладжування.

Як розраховувати прогнозування за методом ковзної середньої наведено у формулі (3.2).

$$Y_{t+1} = m_{t-1} + \frac{1}{n} * (Y_t - Y_{t-1}) \quad (3.2)$$

де Y_{t+1} – прогнозує показник;

m_{t-1} – ковзна середня за 2 періоди до прогнозного;

n – інтервал згладжування;

Y_t – фактичне значення досліджуваного показника;

Y_{t-1} – фактичне значення досліджуваного показника за два періоди, що передують прогнозованому.

Розрахунок прогнозу зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. методом ковзної середньої наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Розрахунок прогнозу зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. методом ковзної середньої

Рік	Чистий фінансовий результат (збиток)	Середнє значення за 2 періоди	Розрахунок
2020	-3,114		$Y_{2023} = -2,48 + \frac{1}{3} * (-7,367 + 1,846) = -4,32$
2021	-1,846	-2,480	
2022	-7,367	-4,607	
2023	-4,320		

Отже, прогнозований чистий фінансовий результат ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. дорівнює збитку розміром 4,32 млрд грн, що на 41,4% є меншим за показник 2022 р. Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р. наведено на рис. 3.6.

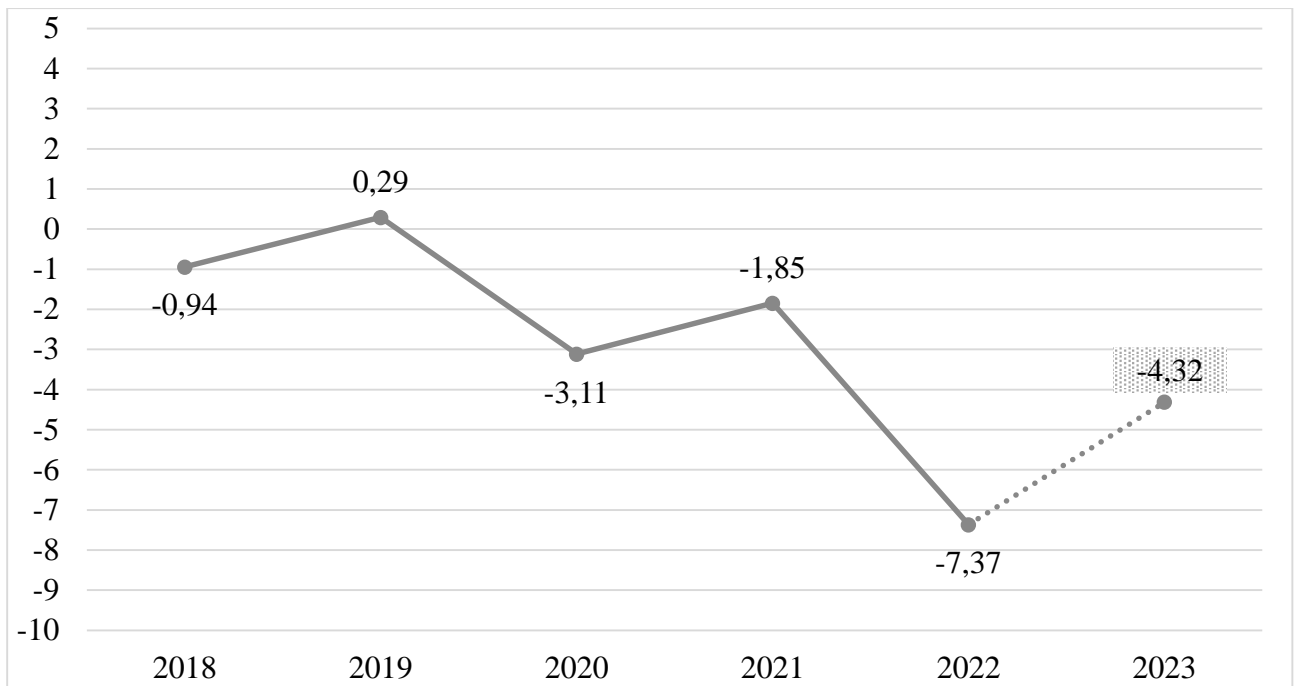


Рис. 3.6 – Прогнозування зміни чистого фінансового результату ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2023 р., млрд грн

Загалом, такий показник є досить реалістичним, оскільки:

1. На другий рік кризи від пандемії COVID-19 чистий збиток зменшився на 40,7%, тобто, зменшення збитку у 2023 р. на 41,4% є досить реалістичним також.

2. За майже 1,5 роки війни, українська протиповітряна оборона значно покращилась, таким чином, можна зменшити очікуванні витрати від відбудування знищених торгових точок та складів підприємства, що своєю чергою у 2022 р. призвело до великих витрат.

3. Якщо ТОВ «Сільпо-Фуд» розробить та буде дотримуватись шляхів щодо збільшення прибутковості підприємства, безпосередньо зменшення витрат, розширення асортименту та розвитку експорту, виторг підприємства значно збільшиться і таким чином загальний збиток зменшиться. Також варто додати, що вже приблизно 50% українців повернувся з-за кордону, тож попит на продукцію зростає, а також стабілізується економічна ситуація в Україні, тож ТОВ «Сільпо-Фуд» має шанси на повернення до довоєнних показників підприємства у найближчі роки.

Висновки до розділу 3

На основі проведених у розділі 3 кваліфікаційної роботи досліджень було встановлено, що:

Для того, щоб збільшувати виторг та зменшувати витрати, всі структури підприємства повинні взаємодіяти разом. Відділ маркетингу повинен вдосконалювати маркетинг та рекламу мережі «Сільпо», безпосередньо покращувати додаток «Власний рахунок», а також впроваджувати інновації, які могли б використовуватись в управлінні виробничим бізнесом або у підвищенні безпеки на робочому місці, виконуючи завдання, які можуть травмувати або поставити під загрозу працівників.

У співпраці відділу маркетингу з відділом закупок мережа «Сільпо» має можливість підвищити виторг підприємства за рахунок вдосконалення асортименту, який б більше відповідав попиту у воєнний час, а також за рахунок збільшення співпраці та партнерства. Також, відділ закупок відповідає за запаси, витрати на які можна зменшити за рахунок вдосконалення управління запасами. У співпраці з відділом логістики можна розвивати експорт, безпосередньо в ті країни, де багато біженців з України.

Якщо у 2023 р. ТОВ «Сільпо-Фуд» зможе оптимізувати витрати та залучити фінансування підприємства за допомогою інвестицій, покращення фінансових показників буде забезпечено. За прогнозом виторг підприємства у 2023 р. буде дорівнювати 75,4 млрд грн, що є більшим за показник 2022 р. на 7,8%. Валовий прибуток буде дорівнювати 21,7 млрд грн, що є більшим за минулорічний показник на 20%.

Чистий фінансовий результат у 2023 р. все ще буде збитком, але за методом прогнозування ковзної середньої він зменшиться на 41,4% та буде дорівнювати 4,32 млрд грн.

ВИСНОВКИ

Чистий фінансовий результат підприємства, прибуток або збиток, є найважливішим фінансовим показником, який показує, наскільки ефективною є діяльність даного підприємства. Рентабельність продажів, яка являє собою співвідношення різних фінансових результатів підприємства до загального виторгу, використовуються не тільки для оцінки прибутковості конкретного підприємства, а й для порівняння підприємства по галузі, безпосередньо ТОВ «Сільпо-Фуд» з іншими мережами супермаркетів, які займаються роздрібною торгівлею переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Факторний аналіз прибутку та рентабельності являю собою розрахунок впливу факторів на величину результативного показника. Для проведення факторного аналізу фінансового результату підприємства використовують адитивні моделі, які ґрунтуються на формі №2 «Звіт про фінансові результати». За цими моделями розраховують: фактори збільшення валового прибутку (збитку); фактори збільшення прибутку (збитку) від операційної діяльності; фактори збільшення прибутку (збитку) до оподаткування; фактори збільшення чистого прибутку (збитку).

«Сільпо» – одна з найбільших мереж продовольчих супермаркетів в Україні, яка займає 2 місце у 2022 р. за виторгом після мережі «АТБ». Виторг, або чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), у період 2018-2021 рр. зростав в середньому на 12,2% за рік. У 2022 р. виторг зменшився на 3,8%, таким чином, виторг мережі «Сільпо» у 2022 р. дорівнював 70 млрд грн, що є більшим за показник 2018 р. на 35%. Завдяки тому, що чистий дохід від реалізації зростав більше за собівартість реалізованої продукції, валовий прибуток за 2018-2021 рр. також мав позитивне зростання, а зниження показника у 2022 р. дорівнює 6%, таким чином, валовий прибуток мережі «Сільпо» у 2022 р. дорівнював 19,3 млрд грн, що є більшим за показник 2018 р. на 60,3%. Валова

рентабельність продажів у 2022 р. дорівнювала 27,6%, тобто, зі 100 грн доходу підприємство отримало 27,6 грн після сплати прямих витрат на ведення бізнесу.

Фінансовий результат від операційної діяльності з кожним роком зменшувався у середньому на 67,3% та у 2022 р. дорівнював збитку величиною у 1,2 млрд грн, що є меншим за показник 2018 р. на 182%. Головним фактором впливу на цей показник були витрати на збут, які займають приблизно 21,8% у всіх витратах підприємства та з кожним роком збільшуються у середньому на 15,5%. Операційна рентабельність продажів у 2022 р. дорівнювала -1,7%, тобто, з кожних 100 грн доходу підприємство отримувало збиток розміром 1,7 грн. Таким чином, у мережі «Сільпо» з'явилися витрати, отримані від продажу кожної додаткової одиниці.

Чистий фінансовий результат протягом 2018-2022 р. був позитивним тільки у 2019 р., прибуток дорівнював всього 290 млн грн. Збиток 2022 р. дорівнював 7,4 млрд грн, що є більшим за збиток 2018 р. на 680,8%. Такі погані фінансові результати обумовлені наступними факторами впливу:

1. Фінансовий результат від операційної діяльності з кожним роком зменшується та починаючи з 2021 р. є збитком;
2. Фінансові витрати у середньому дорівнюють 2,6 млрд грн та з кожним роком тільки зростають;
3. Інші витрати у 2022 р. зросли на 16751,2% або на 4,3 млрд грн. Такі значні витрати з'явилися через наслідки російсько-української війни, а саме через потребу у відбудуванні торгових точок, складських приміщень та фабрик, які були пошкоджені або повністю знищені під час обстрілів Росією.

Чиста рентабельність продажів у 2022 р. дорівнювала -10,5%, тобто, з кожних 100 грн виторгу підприємство отримувало 10,4 грн збитків. З 2020 р. ТОВ «Сільпо-Фуд» є збитковим та нерентабельним.

За прогнозами, виторг ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2023 р. збільшиться та буде дорівнювати 75,4 млрд грн, валовий прибуток буде дорівнювати 21,7 млрд грн. Заходи, завдяки яким отримання таких результатів є реальним, включають в

себе: вдосконалення маркетингу та реклами, впровадження інновацій, вдосконалення асортименту, збільшення співпраці, партнерства і експорту та ін.

Чистий збиток мережі «Сільпо», при найоптимістичніших прогнозах, у 2023 р. буде дорівнювати 4,3 млрд грн, що є меншим за збиток 2022 р. на 41%. Щоб забезпечити отримання меншого збитку у 2023 р. потрібно розробити та впровадити заходи щодо зменшення витрат підприємства. Одним з ключових варіантів зменшення витрат є залучення фінансування підприємства, безпосередньо за допомогою інвестицій, які у 2023-2033 рр. будуть одним з найпопулярніших інструментів задля відновлення економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко І. Є. Використання факторного моделювання в діагностиці фінансової діяльності [Електронний ресурс] / І. Є. Андрющенко, В. В. Омельченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 10. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2020/3.pdf.
2. Лучко М. Р. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / М. Р. Лучко, С. М. Жукевич, А. І. Фаріон – Тернопіль. : ТНЕУ, 2016. – 304 с.
3. Кошельок Г.В. Факторний аналіз рентабельності власного капіталу підприємства / Г. В. Кошельок, В. С. Малишко // Економіка і суспільство. – 2016. – №7. – С. 361-368.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. С. Іванілов – Київ : «Центр учбової літератури», 2013. – 728 с.
5. Prakhar Gajendrakar. Factor Analysis [Електронний ресурс] / Prakhar Gajendrakar, Collins Enosh, Ashish Kumar Srivastav // WallStreetMojo. – 2023. Режим доступу: <https://www.wallstreetmojo.com/factor-analysis/>.
6. Довгань Л.П. Моделювання впливу факторів на формування прибутку державного підприємства / Л. П. Довгань, М. В. Радкевич // Приазовський економічний вісник. – 2017. – №5. С. 122-127.
7. Jim Frost. Factor Analysis Guide with an Example [Електронний ресурс] / Jim Frost // Statistics by Jim. – 2022. Режим доступу: <https://statisticsbyjim.com/basics/factor-analysis/>.
8. Priya Pedamkar. Differences Between SPSS vs SAS [Електронний ресурс] / Priya Pedamkar // EDUCBA. – 2022. Режим доступу: <https://www.educba.com/spss-vs-sas/>.
9. Тютюнник С.В. Факторно-фінансові оцінки у стратегічному управлінні прибутковістю суб'єктів малого підприємництва : монографія / С. В. Тютюнник, Ю. М. Тютюнник // Київ : Талком, – 2020. – С. 216-228.

10. What is factor analysis and how does it simplify research findings? [Електронний ресурс] / Qualtrics. Режим доступу: <https://www.qualtrics.com/experience-management/research/factor-analysis/>.

11. Market segmentation: Definition, types, benefits, & best practice [Електронний ресурс] / Qualtrics. Режим доступу: <https://www.qualtrics.com/experience-management/brand/what-is-market-segmentation/>.

12. Customer Segmentation [Електронний ресурс] / Bain & Company. – 2018. Режим доступу: <https://www.bain.com/insights/management-tools-customer-segmentation/>.

13. Курочкіна О. К. Рентабельність підприємства як основний показник ефективності його діяльності [Електронний ресурс] / О. К. Курочкіна // ЛОГОС. ONLINE. – 2020. Режим доступу: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.16.43.html>.

14. Базілінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. / О. Я. Базілінська – Київ : «Центр навчальної літератури». – 2019. – 328 с.

15. Adam Hayes. Profitability Ratios: What They Are, Common Types, and How Businesses Use Them [Електронний ресурс] / Adam Hayes // Investopedia. – 2023. Режим доступу: <https://www.investopedia.com/terms/p/profitabilityratios.asp>.

16. Gross profit margin [Електронний ресурс] / bdc. Режим доступу: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/gross-profit-margin-ratio>.

17. Operating profit margin [Електронний ресурс] / bdc. Режим доступу: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/operating-profit-margin>.

18. Net profit margin ratio [Електронний ресурс] / bdc. Режим доступу: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/net-profit-margin-ratio>.

19. Чайка Т. Ю. Система коефіцієнтів рентабельності продажів підприємств сфери гостинності: розрахунок за фінансовою звітністю та сучасні

тенденції аналізу / Т. Ю. Чайка, В. В. Мартинова, Є. Ю. Ісіченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2019. – №33. – С. 236-242.

20. Строченко Н. І. Планування і контроль на підприємстві : навч. посіб. / Наталія Строченко, Інна Коблянська – Суми : Сум. нац. аграр. ун-т., 2015. – 271 с.

21. Омбудсмен розповів, скільки українців виїхало за кордон із 24 лютого [Електронний ресурс] / Слово і діло. – 2022. Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2022/12/01/novyna/polityka/ombudsmen-rozpoviv-skilky-ukrayincziv-vyuixalo-kordon-24-lyutoho>.

22. Конкурентний аналіз у кризовий час: методи та рекомендації [Електронний ресурс] / Promodo. – 2023. Режим доступу: <https://www.promodo.ua/blog/konkurentniy-analiz-u-krizoviy-chas-metodichni-rekomendaciyi-ta-poradi>.

23. Янько Анна. Маркетингові дослідження: потужний інструмент пошуку інсайтів [Електронний ресурс] / Анна Янько // YOUSCAN. – 2022. Режим доступу: <https://youscan.io/ua/blog/market-research/>.

24. Єрмакова Яна. За крок до перемоги: скільки магазинів втратили й відкрили провідні торговельні мережі України за рік війни [Електронний ресурс] / Яна Єрмакова, Костянтин Симоненко // RAU. – 2023. Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/magaziniv-vtratili-merezhi-2023/>.

25. «Сільпо» вдається забезпечувати робочими місцями понад 34 000 українців по всій країні [Електронний ресурс] / Сільпо. – 2022. Режим доступу: <https://silpo.ua/press-center/press-releases/silpo-vdaietsya-zabezpechuvaty-robochymu-miscyamy-ponad-34-000-ukrayinciv-po-vsij-krayini>.

26. Товариство з обмеженою відповідальністю "Сільпо-Фуд" [Електронний ресурс] / Clarity Project. – 2023. Режим доступу: <https://clarity-project.info/edr/40720198>.

27. Звіт про управління за 2021 рік [Електронний ресурс] / Сільпо. – 2022. Режим доступу:

https://content.silpo.ua/uploads/2022/10/06/633e8b138437a.pdf?_ga=2.122235659.1089067919.1679601369-174890310.1676203087.

28. «Сільпо» увійшов до десяти найефективніших брендів Європи [Електронний ресурс] / Сільпо. – 2022. Режим доступу: <https://silpo.ua/press-center/press-releases/silpo-uvijshov-do-desyaty-najefektyvnishykh-brendiv-yevropy>.

29. Енергетика, АЗС та супермаркети: Опендатабот зробив перелік топ-100 компаній за обігами у 2022 році [Електронний ресурс] / Опендатабот. – 2023. Режим доступу: <https://opendatabot.ua/analytics/financial-reports-in-opendatabot>.

30. Супермаркети [Електронний ресурс] / Сільпо. – 2023. Режим доступу: <https://silpo.ua/stores>.

31. Caleb Finch. Manufacturing Automation: What Does It Mean for Manufacturers? [Електронний ресурс] / Caleb Finch // Blog. – 2022. Режим доступу: <https://www.qad.com/blog/2022/01/manufacturing-automation-what-does-it-mean-for-manufacturers#:~:text=The%20end%20goal%20of%20manufacturing,tasks%20that%20require%20extreme%20precision>.

32. Власний рахунок [Електронний ресурс] / Сільпо. Режим доступу: <https://silpo.ua/about/vlasnyi-rakhunok>.

33. Інвестиції в україну та відновлення економіки [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України. – 2023. Режим доступу: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>.

34. Мотивація персоналу: додайте бізнесу ефективності [Електронний ресурс] / Освітній хаб міста Києва. – 2019. Режим доступу: <https://eduhub.in.ua/news/motivaciya-personalu-dodayte-biznesu-efektivnosti>.

35. Stephanie Dube Dwilson. What Is Trend Forecasting? [Електронний ресурс] / Stephanie Dube Dwilson // Blog. – 2019. Режим доступу: <https://smallbusiness.chron.com/trend-forecasting-61347.html>.

Додаток А

Звіт про фінансовий стан ТОВ «Сільпо-Фуд» станом на 31 грудня 2019 року

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)
СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ

(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Підприємство <u>ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»</u> Територія <u>ДНІПРОВСЬКА</u> Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u> Вид економічної діяльності <u>Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</u> Середня кількість працівників ¹ <u>34 192</u> Адреса, телефон <u>вулиця Бутлерова, будинок 1, м. КИЇВ, 02090</u> Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці): за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами фінансової звітності	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
	за СДРПОУ	2020	01	01
	за КОАТУУ	40720198		
	за КОПФГ	8036600000		
	за КВЕД	240		
		47.11		
		V		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 року

Актив	Код рядка	Примітка	Форма № 1	Код за ДКУД	1801001
			31 грудня 2019	31 грудня 2018	1 січня 2018
1	2	2а	3	4	5
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	6	5 314 749	6 521 684	77 682
первісна вартість	1001		6 660 993	6 551 512	87 213
накопичена амортизація	1002		(1 346 244)	(29 828)	(9 531)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	92 844	128 806	51 065
Основні засоби	1010	7	8 935 275	1 831 818	1 373 541
первісна вартість	1011		11 646 233	2 788 097	1 909 238
знос	1012		(2 710 958)	(956 279)	(535 697)
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	8	-	305 687	609 600
Відстрочені податкові активи	1045	34	72 702	51 708	21 245
Інші необоротні активи	1090	9	278 490	377 078	131 915
Усього за розділом I	1095		14 694 060	9 216 781	2 265 048
II. Оборотні активи					
Запаси	1100	10	5 225 826	4 023 575	3 635 542
Векселі одержані	1120	11	576 903	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	3 110 799	2 855 267	1 884 846
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		457 128	488 186	355 876
з бюджетом	1135	13	27 699	178 897	127 783
у тому числі з податку на прибуток	1136		6 775	6 775	7 065
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		31	21	33
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	1 611 860	3 078 912	1 188 510
Поточні фінансові інвестиції	1160	14	890 683	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	15	1 637 364	1 183 908	1 028 557
Інші оборотні активи	1190	16	466 070	63 198	56 521
Усього за розділом II	1195		14 004 363	11 871 964	7 207 668
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	17	-	-	2 134 510
Баланс	1300		28 698 423	21 088 745	11 607 226

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) (ПРОДОВЖЕННЯ)
СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ

(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інакше)

Пасив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2019	31 грудня 2018	1 січня 2018
I	2	2а	3	4	5
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	18	12 846 065	12 461 465	10
Капітал у дооцінках	1405		-	-	-
Додатковий капітал	1410		-	-	-
Резервний капітал	1415		-	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420		(11 018 563)	(11 308 140)	(10 327 571)
Неоплачений капітал	1425		-	-	-
Вилучений капітал	1430		-	-	-
Усього за розділом I	1495		1 827 502	1 153 325	(10 327 561)
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Довгострокові кредити банків	1510	19	739 204	1 890 718	2 428 195
Інші довгострокові зобов'язання	1515	19	8 391 700	202 284	4 542 778
Усього за розділом II	1595		9 130 904	2 093 002	6 970 973
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Короткострокові кредити банків	1600	19	85 464	116 376	192 548
Векселі видані	1605		3 700	81 000	121 000
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	19	2 747 845	5 181 382	3 137 624
товари, роботи, послуги	1615		13 351 879	10 741 483	9 024 606
розрахунками з бюджетом	1620		73 231	46 944	37 073
розрахунками зі страхування	1625		19 984	15 210	12 421
розрахунками з оплати праці	1630		70 722	53 536	43 215
за одержаними авансами	1635	21	410 510	318 264	206 824
Поточні забезпечення	1660	22	238 717	169 768	107 943
Інші поточні зобов'язання	1690	23	737 965	1 118 455	2 080 560
Усього за розділом III	1695		17 740 017	17 842 418	14 963 814
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття					
	1700		-	-	-
Баланс	1900		28 698 423	21 088 745	11 607 226

Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»



Лесько Ю.А

Терещенко Т.І

Звіт про фінансовий стан ТОВ «Сільпо-Фуд» станом на 31 грудня 2020 року

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)
СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ

(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Підприємство ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Територія ДНІПРОВСЬКА

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами

Середня кількість працівників¹ 39 434

Адреса, телефон вулиця Бутлерова, будинок 1, м. КИЇВ, 02090

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2020	12	31
40720198		
8036600000		
240		
47.11		

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 року

Форма № 1

Код за ДКУД

Актив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2020	31 грудня 2019
1	2	2а	3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	6	4 121 238	5 314 749
первісна вартість	1001		6 783 325	6 660 993
накопичена амортизація	1002		(2 662 087)	(1 346 244)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	7	123 481	92 844
Основні засоби	1010	7	10 644 721	8 931 420
первісна вартість	1011		15 577 186	11 646 233
знос	1012		(4 932 465)	(2 714 813)
Відстрочені податкові активи	1045	33	116 311	72 702
Інші необоротні активи	1090	9	403 539	278 490
Усього за розділом I	1095		15 409 290	14 690 205
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	5 622 338	5 225 838
Векселі одержані	1120	11	1 270 258	576 903
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	12	3 207 687	3 110 798
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130		498 673	457 106
з бюджетом	1135	13	19 900	27 657
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	6 775
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		-	31
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12	1 688 382	1 611 856
Поточні фінансові інвестиції	1160	14	1 307 484	890 683
Гроші та їх еквіваленти	1165	15	1 091 012	1 637 364
Інші оборотні активи	1190	16	120 450	466 070
Усього за розділом II	1195		14 826 184	14 004 306
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		30 235 474	28 694 511

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) (ПРОДОВЖЕННЯ)
СТАНОМ НА 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ

(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Пасив	Код рядка	Примітка	31 грудня 2020	31 грудня 2019
1	2	2а	3	3
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	17	13 047 703	12 846 065
Капітал у дооцінках	1405		-	-
Додатковий капітал	1410		-	-
Резервний капітал	1415		-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420		(14 155 395)	(11 041 157)
Неоплачений капітал	1425		-	-
Вилучений капітал	1430		-	-
Усього за розділом I	1495		(1 107 692)	1 804 908
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Довгострокові кредити банків	1510	18	2 752 820	739 204
Інші довгострокові зобов'язання	1515	18	9 532 866	8 391 700
Усього за розділом II	1595		12 285 686	9 130 904
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	18	-	85 464
Векселі видані	1605		1 300	3 700
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	18	2 506 766	2 747 845
товари, роботи, послуги	1615		14 440 624	13 363 898
розрахунками з бюджетом	1620		189 189	73 309
розрахунками зі страхування	1625		26 306	19 984
розрахунками з оплати праці	1630		89 223	70 722
за одержаними авансами	1635	20	558 718	410 510
Поточні забезпечення	1660	21	304 681	238 717
Інші поточні зобов'язання	1690	22	940 673	744 550
Усього за розділом III	1695		19 057 480	17 758 699
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		-	-
Баланс	1900		30 235 474	28 694 511

Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А

Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Терещенко Т.І



Звіт про фінансовий стан ТОВ «Сільпо-Фуд» станом на 31 грудня 2021 року

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Окремий звіт про фінансовий стан
Станом на 31 грудня 2021

	Примітки	31 грудня 2021 тис.грн.	31 грудня 2020 тис.грн.	31 грудня 2019 тис.грн.
АКТИВИ				
Необоротні активи				
Основні засоби	18	16 845 784	10 768 202	9 024 264
Нематеріальні активи	19	4 226 036	4 121 238	5 314 749
Інвестиції в дочірні компанії	20	272 809	-	-
Фінансові інвестиції	21	1 400 396	-	-
Відстрочені податкові активи	17	196 279	116 311	72 702
Передплати за основні засоби	22	711 069	403 539	278 490
Всього необоротні активи		23 652 373	15 409 290	14 690 205
Оборотні активи				
Запаси	23	6 461 632	5 622 330	5 225 838
Торгова та інша поточна дебіторська заборгованість	24	5 482 757	5 379 752	5 179 791
Поточні фінансові інвестиції	25	635 910	1 307 484	890 683
Векселі одержані	26	1 075 259	1 270 258	576 903
Дебіторська заборгованість за розрахунками бюджетом	17,27	51 946	19 883	27 657
Гроші та їх еквіваленти	28	1 163 038	1 091 012	1 637 364
Інші оборотні активи	30	137 550	120 450	466 070
Всього оборотні активи		15 008 092	14 811 169	14 004 306
Всього активи		38 660 465	30 220 459	28 694 511

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Окремий звіт про фінансовий стан (продовження)
Станом на 31 грудня 2021

	Примітки	31 грудня 2021 тис.грн.	31 грудня 2020 тис.грн.	31 грудня 2019 тис.грн.
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ				
Власний капітал				
Статутний капітал	31	13 047 703	13 047 703	12 846 065
Нерозподілений прибуток/(непокритий збиток)		(16 042 417)	(14 196 238)	(11 041 157)
Всього власний капітал		(2 994 714)	(1 148 535)	1 804 908
Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Банківські кредити	32	1 464 696	2 752 810	739 204
Непоточні зобов'язання з оренди	33	9 583 891	6 101 569	4 862 567
Інші непоточні фінансові зобов'язання	34	2 498 761	3 397 890	3 496 041
Інші непоточні зобов'язання	39	64 562	33 407	33 092
Всього непоточні зобов'язання		13 611 910	12 285 676	9 130 904
Поточні зобов'язання і забезпечення				
Банківські кредити	32	2 373 923	774 588	1 662 671
Поточні зобов'язання з оренди	33	1 604 645	1 438 015	1 115 986
Інші поточні фінансові зобов'язання	34	522 902	294 163	54 652
Торгова та інша поточна кредиторська заборгованість	35	22 511 700	15 513 661	14 195 207
Кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом - Зобов'язання за одержаними авансами	36	259 916	189 213	73 308
	37	264 605	558 718	410 510
Поточні забезпечення	38	409 449	304 681	238 717
Інші поточні зобов'язання	39	96 129	10 279	7 648
Всього поточні зобов'язання		28 043 269	19 083 318	17 758 699
Всього зобов'язання		41 655 179	31 368 994	26 889 603
Всього власний капітал та зобов'язання		38 660 465	30 220 459	28 694 511

Ця фінансова звітність була затверджена до випуску 18 серпня 2022 від імені керівництва:

Директор ТОВ "Сільпо-Фуд" Головний бухгалтер ТОВ "Сільпо-Фуд"
Лесько Ю.А. Козак В.В.



Звіт про фінансовий стан ТОВ «Сільпо-Фуд» станом на 31 грудня 2022 року

J0900108 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	4 226 036.00	2 951 855.00
первісна вартість	1001	8 116 526.00	8 424 573.00
накопичена амортизація	1002	3 890 490.00	5 472 718.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	255 753.00	465 211.00
Основні засоби	1010	16 590 031.00	16 907 634.00
первісна вартість	1011	23 813 183.00	26 261 270.00
знос	1012	7 223 152.00	9 353 636.00
Інвестиційна нерухомість	1015	289 880.00	
первісна вартість	1016	414 840.00	
знос	1017	124 960.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	272 809.00	252 234.00
інші фінансові інвестиції	1035	1 400 396.00	1 074 549.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	828.00	
Відстрочені податкові активи	1045	196 279.00	227 715.00
Інші необоротні активи	1090	711 069.00	310 626.00
Усього за розділом I	1095	23 652 373.00	22 480 532.00

Продовження дод. А

II. Оборотні активи Запаси	1100	6 461 622.00	5 973 577.00
Виробничі запаси	1101	319 301.00	305 648.00
Товари	1104	6 142 321.00	5 667 929.00
Векселі одержані	1120	1 075 259.00	1 546 379.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3 540 581.00	1 682 271.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	605 523.00	556 377.00
з бюджетом	1135	51 863.00	46 201.00
з нарахованих доходів	1140	16 258.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 336 626.00	365 196.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	635 910.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 163 038.00	1 066 300.00
Готівка	1166	225 097.00	204 572.00
Рахунки в банках	1167	208 553.00	148 093.00
Інші оборотні активи	1190	137 550.00	201 163.00
Усього за розділом II	1195	15 007 972.00	11 453 722.00
Баланс	1300	38 660 345.00	33 934 254.00

Продовження дод. А

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	13 047 703.00	13 047 703.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-16 105 027.00	-23 471 364.00
Усього за розділом I	1495	-3 057 324.00	-10 423 661.00
Довгострокові кредити банків	1510	1 464 696.00	2 711 272.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	12 147 214.00	14 600 778.00
Усього за розділом II	1595	13 611 910.00	17 312 050.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	33 335.00	628 007.00
Векселі видані	1605	32 050.00	564 923.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	4 468 135.00	4 229 660.00
товари, роботи, послуги	1615	18 961 806.00	16 136 022.00
розрахунками з бюджетом	1620	259 916.00	597 676.00
розрахунками зі страхування	1625	36 048.00	51 722.00
розрахунками з оплати праці	1630	126 084.00	159 054.00
за одержаними авансами	1635	279 727.00	520 536.00
Поточні забезпечення	1660	409 449.00	1 481 551.00
Інші поточні зобов'язання	1690	3 499 209.00	2 676 714.00
Усього за розділом III	1695	28 105 759.00	27 045 865.00
Баланс	1900	38 660 345.00	33 934 254.00

Додаток Б

Звіт про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2019 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ
(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

Підприємство ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2020	01	01
40720198		

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

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	24	62 446 681	51 842 493
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	25	(47 340 607)	(39 797 896)
Валовий:				
прибуток	2090		15 106 074	12 044 597
збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	26	476 469	410 646
Адміністративні витрати	2130	27	(814 404)	(738 597)
Витрати на збут	2150	28	(12 940 168)	(10 164 364)
Інші операційні витрати	2180	29	(79 846)	(141 463)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток	2190		1 748 125	1 410 819
збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	30	122 547	-
Інші доходи	2240	31	844 809	215 751
Фінансові витрати	2250	32	(2 105 372)	(2 115 785)
Втрати від участі в капіталі	2255	8	(106 091)	(303 789)
Інші витрати	2270		(235 435)	(181 011)
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток	2290		268 583	-
збиток	2295		-	(974 015)
Витрати з податку на прибуток	2300	34	20 994	30 463
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток	2350		289 577	-
збиток	2355		-	(943 552)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445		-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		289 577	(943 552)

Продовження дод. Б

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
 ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД) (ПРОДОВЖЕННЯ)
 ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2019 РОКУ
 (в тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Матеріальні затрати	2500	27, 28, 29	927 802	838 573
Витрати на оплату праці	2505	27, 28	4 795 380	3 419 819
Відрахування на соціальні заходи	2510	27, 28	1 054 414	754 841
Амортизація	2515	27, 28	3 219 861	475 807
Інші операційні витрати	2520	27, 28, 29	3 836 958	5 573 384
Разом	2550		13 834 418	11 044 424

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Директор
 ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А

Головний бухгалтер
 ТОВ «Сільпо-Фуд»

Терещенко Т.І



Звіт про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2020 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
 ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)
 ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ
 (в тисячах українських гривень, якщо не вказано інакше)

Підприємство ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2020	12	31
40720198		

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

Форма № 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	23	64 402 634	62 446 681
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	24	(47 249 897)	(47 340 607)
Валовий:				
прибуток	2090		17 152 737	15 106 074
збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	25	323 521	295 502
Адміністративні витрати	2130	26	(1 685 089)	(814 406)
Витрати на збут	2150	27	(15 581 479)	(12 940 168)
Інші операційні витрати	2180	28	(56 162)	(8 685)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			153 528	1 638 317
прибуток	2190			
збиток	2195		-	-
Дохід від участі в капіталі	2200		-	-
Інші фінансові доходи	2220	29	201 154	122 547
Інші доходи	2240	30	578 354	1 025 781
Фінансові витрати	2250	31	(2 225 413)	(2 105 372)
Втрати від участі в капіталі	2255	8	(22 025)	(106 091)
Інші витрати	2270	32	(1 843 445)	(306 599)
Фінансовий результат до оподаткування:				268 583
прибуток	2290			
збиток	2295		(3 157 847)	
Витрати з податку на прибуток	2300	33	43 609	20 994
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				289 577
прибуток	2350			
збиток	2355		(3 114 238)	

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445		-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		(3 114 238)	289 577

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»
ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД) (ПРОДОВЖЕННЯ)
ЗА РІК, ЯКИЙ ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2020 РОКУ
(в тисячах українських гривень, якщо не вказано інакше)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Матеріальні затрати	2500	24, 26, 27, 28	966 221	927 801
Витрати на оплату праці	2505	26, 27	6 321 110	4 795 380
Відрахування на соціальні заходи	2510	26, 27	1 386 776	1 054 414
Амортизація	2515	26, 27	3 852 363	3 219 864
Інші операційні витрати	2520	26, 27, 28	4 796 260	3 836 959
Разом	2550		17 322 730	13 834 418

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	2а	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»

Лесько Ю.А

Терещенко Т.І

Звіт про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Окремий звіт про сукупний дохід
за рік, що закінчився 31 грудня 2021

	Примітки	2021 тис.грн.	2020 тис.грн.
Дохід від реалізації	5	72 784 231	64 402 634
Собівартість реалізації	6	(52 182 935)	(47 249 897)
Валовий прибуток		20 601 296	17 152 737
Інші операційні доходи	7	412 331	323 521
Витрати на збут	8	(18 533 954)	(15 581 479)
Адміністративні витрати	9	(2 775 764)	(1 685 089)
Інші операційні витрати	10	(121 299)	(56 162)
Операційний (збиток)/прибуток		(417 390)	153 528
Інші доходи	11	563 547	84 957
Інші витрати	12	(16 678)	(1 350 048)
Фінансові доходи	13	314 875	201 154
Фінансові витрати	14	(2 358 809)	(2 225 413)
Дохід/(втрати) від участі в капіталі	15	(2 814)	(22 025)
Прибуток/(збиток) від переоцінки фінансових інвестицій, які оцінюються за справедливою вартістю через прибуток або збиток	16	(8 879)	-
Збиток до оподаткування		(1 926 148)	(3 157 847)
Дохід/(витрати) з податку на прибуток	17	79 969	43 609
Збиток за рік		(1 846 179)	(3 114 238)
Інший сукупний дохід за рік		-	-
Загальний сукупний збиток за рік		(1 846 179)	(3 114 238)

Директор ТОВ "Сільпо-Фуд"  Головний бухгалтер ТОВ
"Сільпо-Фуд"
Лесько Ю.А.  Козак В.В.



Продовження дод. Б

Звіт про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2022 рік

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	69 990 601.00	72 784 231.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	50 688 420.00	52 182 935.00
Валовий: прибуток	2090	19 302 181.00	20 601 296.00
Інші операційні доходи	2120	724 753.00	412 331.00
Адміністративні витрати	2130	3 380 049.00	2 775 764.00
Витрати на збут	2150	17 643 976.00	18 533 954.00
Інші операційні витрати	2180	160 302.00	121 299.00
збиток	2195	1 157 393.00	417 390.00
Інші фінансові доходи	2220	58 748.00	314 875.00
Інші доходи	2240	515 357.00	563 547.00
Фінансові витрати	2250	2 503 139.00	2 358 809.00
Втрати від участі в капіталі	2255	5 282.00	2 814.00
Інші витрати	2270	4 306 650.00	25 557.00
збиток	2295	7 398 359.00	1 926 148.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	31 436.00	79 969.00
збиток	2355	7 366 923.00	1 846 179.00

Додаток В

Абсолютна динаміка показників у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.

Стаття	Код рядка	Показники, млн грн					Абсолютний приріст, млн грн				
		2018	2019	2020	2021	2022	2019 - 2018	2020 - 2019	2021 - 2020	2022 - 2021	2022 - 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	51 842	62 447	64 403	72 784	69 991	10 604	1 956	8 382	-2 794	18 148
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	39 798	47 341	47 250	52 183	50 688	7 543	-91	4 933	-1 495	10 891
Валовий: прибуток	2090	12 045	15 106	17 153	20 601	19 302	3 061	2 047	3 449	-1 299	7 258
збиток	2095										
Інші операційні доходи	2120	411	296	324	412	725	-115	28	89	312	314
Адміністративні витрати	2130	739	814	1 685	2 776	3 380	76	871	1 091	604	2 641
Витрати на збут	2150	10 164	12 940	15 581	18 534	17 644	2 776	2 641	2 952	-890	7 480
Інші операційні витрати	2180	141	9	56	121	160	-133	47	65	39	19
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 411	1 638	154			227	-1 485	-571	-740	-2 568
збиток	2195				-417	-1 157					
Інші фінансові доходи	2220	0	123	201	315	59	123	79	114	-256	59
Інші доходи	2240	216	1 026	85	564	515	810	-941	479	-48	300
Фінансові витрати	2250	2 116	2 105	2 225	2 359	2 503	-10	120	133	144	387
Втрати від участі в капіталі	2255	304	106	22	3	5	-198	-84	-19	2	-299
Інші витрати	2270	181	307	1 350	26	4 307	126	1 043	-1 324	4 281	4 126
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		269				1 243	-3 426	1 232	-5 472	-6 424
збиток	2295	-974		-3 158	-1 926	-7 398					
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	30	21	44	80	31	-9	23	36	-49	1
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		290				1 233	-3 404	1 268	-5 521	-8 310
збиток	2355	-944		-3 114	-1 846	-7 367					

Додаток Г

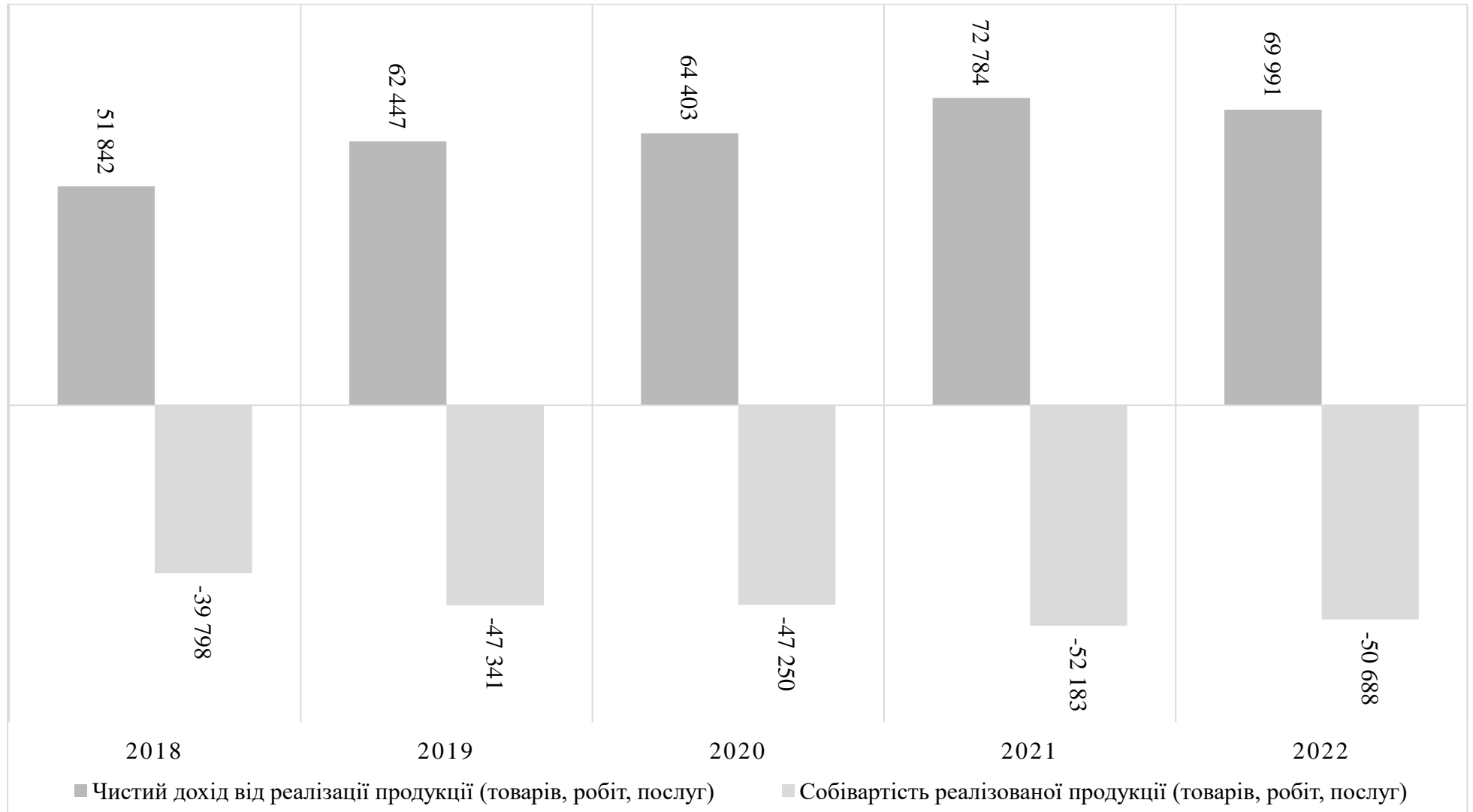
Відносна динаміка показників у звіті про фінансові результати ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.

Стаття	Код рядка	Показники, млн грн					Темп приросту, %				
		2018	2019	2020	2021	2022	2019 - 2018	2020 - 2019	2021 - 2020	2022 - 2021	2022 - 2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	51 842	62 447	64 403	72 784	69 991	20,5	3,1	13,0	-3,8	35,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	39 798	47 341	47 250	52 183	50 688	19,0	-0,2	10,4	-2,9	27,4
Валовий: прибуток	2090	12 045	15 106	17 153	20 601	19 302	25,4	13,5	20,1	-6,3	60,3
збиток	2095										
Інші операційні доходи	2120	411	296	324	412	725	-28,0	9,5	27,5	75,8	76,5
Адміністративні витрати	2130	739	814	1 685	2 776	3 380	10,3	106,9	64,7	21,8	357,6
Витрати на збут	2150	10 164	12 940	15 581	18 534	17 644	27,3	20,4	18,9	-4,8	73,6
Інші операційні витрати	2180	141	9	56	121	160	-93,9	546,7	116,0	32,2	13,3
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1 411	1 638	154			16,1	-90,6	-371,9	177,3	-182,0
збиток	2195				-417	-1 157					
Інші фінансові доходи	2220	0	123	201	315	59	-	64,1	56,5	-81,3	-
Інші доходи	2240	216	1 026	85	564	515	375,4	-91,7	563,3	-8,6	138,9
Фінансові витрати	2250	2 116	2 105	2 225	2 359	2 503	-0,5	5,7	6,0	6,1	18,3
Втрати від участі в капіталі	2255	304	106	22	3	5	-65,1	-79,2	-87,2	87,7	-98,3
Інші витрати	2270	181	307	1 350	26	4 307	69,4	340,3	-98,1	16 751,2	2 279,2
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290		269				-127,6	-1 275,8	-39,0	284,1	659,6
збиток	2295	-974		-3 158	-1 926	-7 398					
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	30	21	44	80	31	-31,1	107,7	83,4	-60,7	3,2
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350		290				-130,7	-1 175,5	-40,7	299,0	680,8
збиток	2355	-944		-3 114	-1 846	-7 367					

Додаток Д

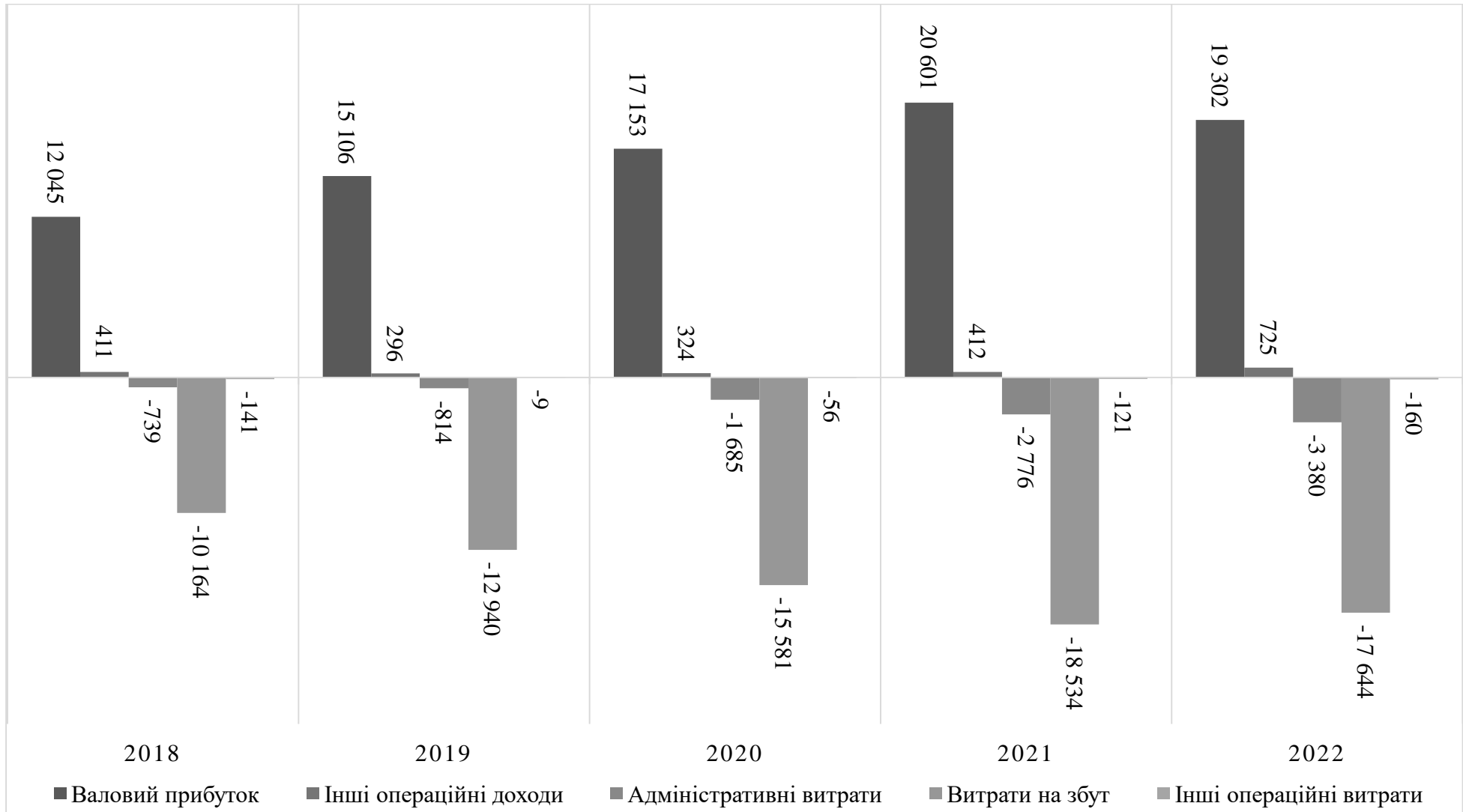
Адитивна модель №1 – Вплив факторів на збільшення валового прибутку (збитку) ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.,

млн грн



Додаток Е

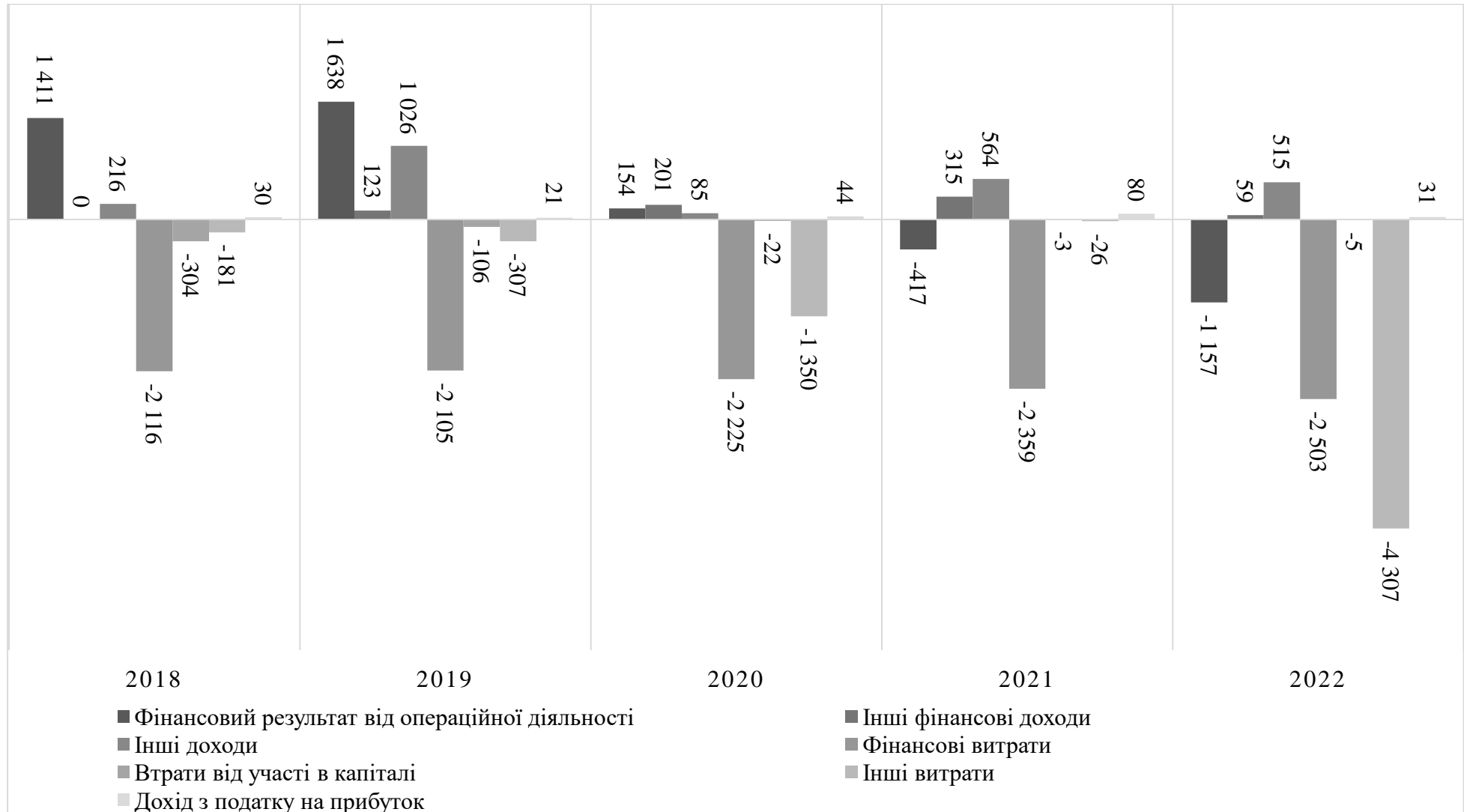
Аддитивна модель №2 – Вплив факторів на збільшення прибутку (збитку) від операційної діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»
за 2018-2022 рр., млн грн



Додаток Ж

Адитивна модель №3 – Вплив факторів на збільшення чистого прибутку (збитку) ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2018-2022 рр.,

млн грн



ДОВІДКА

Видана Овдієнко Катерині Максимівні, студентці групи 072-19-1 про перевірку на плагіат кваліфікаційної роботи на тему: «Факторний аналіз прибутку та рентабельності підприємства (на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд»)».

06.2023 09:42:48 EEST] Схожість 15,6% перевірено за допомогою **Unicheck**©