

**Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Кафедра економіки та управління бізнесом**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 051 Економіка спеціалізації Економічна кібернетика**

на тему

**Інформаційна підтримка процесів аналізу та управління діяльністю
торговельного підприємства мережі супермаркетів (на прикладі ПАТ
«ФОЗЗІ ГРУП»)**

здобувача вищої освіти денної форми

КАЦЕВИЧА ОЛЕКСАНДРА АНАТОЛІЙОВИЧА

Науковий керівник:

Крайчук Сергій Олександрович

кандидат технічних наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання, ПБ)

Рецензент:

(науковий ступінь, вчене звання, ПБ)

Рівне 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. Сучасні тенденції і перспективи розвитку галузі та підприємства....	5
1.1. Торгівля та її роль у розвитку національного господарства	5
1.2. Загальна характеристика ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» та його бізнесових процесів	7
1.3. Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства.....	10
Розділ 2. Моделювання та дослідження бізнесових процесів управління торгівельною діяльністю підприємства	14
2.1. Аналіз поточного стану управління торгівлею на підприємстві	14
2.2. Розробка моделі удосконалення торгівельного процесу на досліджуваному підприємстві.....	18
Розділ 3. Програмна реалізація інформаційної системи	20
3.1. Розробка структури автоматизованої інформаційної системи.....	22
3.2. Опис основних функціональних можливостей інформаційної системи	24
3.3. Опис програмного модулю для аналізу облікових даних системи.....	24
Висновки	41
Перелік використаних джерел	43
Додатки.....	46

ВСТУП

Актуальність теми. Важливим на сьогодні проблемним питанням сучасного суспільства залишається удосконалення управлінської системи суб'єктів підприємницької діяльності. Це можливо здійснити за допомогою впровадження у діяльність сучасного інформаційного програмного забезпечення. Основним завданням даної дипломної роботи слід вважати проведення аналізу роботи підприємства, використовуваних ним інформаційно-аналітичних методів та прикладних програм щодо процесу прийняття управлінських рішень по маркетингово-товарній політиці та реалізації широкого набору товарних видів. Розроблена у результаті поглибленого вивчення основних особливостей діяльності підприємства інформаційна система повинна задовольнити максимум потреб у потрібній інформації для управлінських структур підприємства з метою їх використання у плануванні та внесення корективів у поточній діяльності, що на нинішній час набуло особливої актуальності.

Об'єкт дослідження: діяльність ПАТ «ФОЗЗІ Груп».

Предмет дослідження: рівень організації та особливості здійснення збутової діяльності підприємства.

Мета роботи: розробка спеціальної інформаційної системи, основне призначення якої полягає у здійсненні облікових операцій та аналізу діяльності досліджуваного підприємства з урахуванням побудованих моделей існуючих бізнес-процесів та їх інформаційних потоків.

Завдання роботи:

- дослідження особливостей організації торівельної діяльності в Україні та на досліджуваному підприємстві;
- опис загальної характеристики досліджуваного підприємства та бізнесових процесів, що проходять у ньому;
- дослідження основних показників ефективності роботи підприємства;
- дослідження існуючих підходів та моделей організації торгівельного процесу на підприємствах;
- аналіз існуючої структури управління бізнесовими процесами та їх інформаційних потоків;

- розробка моделі удосконалення управління бізнес-процесами та їх інформаційними потоками на прикладі досліджуваного підприємства;
- розробка структури інформаційної бази для конфігурації;
- опис функціоналу інформаційної системи та програмного модулю для аналізу даних.

Перелік використаних програм: конфігурація 1С: Підприємство (версія 8) із реалізованими функціями обліку та аналізу діяльності досліджуваного підприємства.

Методи дослідження: метод спостереження, аналізу та синтезу, моделювання, використання інструментарію ефекономіко-математичного моделювання.

Теоретична та методологічна база дослідження: для розробки дипломної роботи були використані електронні ресурси (Інтернет-сторінки, сайти та ін.), матеріали науково-практичних конференцій, спеціалізована література для розробки програмного забезпечення (інформаційної системи) для платформи 1С: Підприємство (версія 8).

Практична значущість результатів роботи. У результаті виконаних цілей, передбачених завданням на диплому роботу розроблена та апробована інформаційна система на базі платформи 1С: Підприємство (версія 8). У систему закладений наступний функціонал:

- облік господарських операцій із реалізації товарів та продукції підприємства;
- облік господарських операцій із забезпечення підприємства необхідними товарно-матеріальними запасами;
- облік господарських операцій із власної виробничої діяльності;
- інструменти для формування попередньої звітної інформації;
- інструментарій для аналізу та прогнозування облікових (фінансових) даних підприємства (реалізований через спеціальну зовнішню обробку).

Проміжні та кінцеві результати виконаного дослідження згідно вказаної у завданні теми дипломної роботи доповідалися на науково-практичних заходах на базі Рівненського державного гуманітарного університету при кафедрі економічної кібернетики РДГУ.

Розділ 1. Сучасні тенденції і перспективи розвитку галузі та підприємства

1.1. Торгівля та її роль у розвитку національного господарства

В економіці України торгівля має досить значну роль. І оптова, і роздрібна торгівля станом на сьогодні стають ключовими факторами економічного зростання галузей промисловості, чим і зумовлено активне зростання позицій торгівлі у соціально-економічному середовищі України. Торгівельні ринки не вибагливі до встановлення жорстких обмежень на входження нових торговельних представників. Бар'єри досить низькі, тому і за наявності незначних капіталовкладень суб'єкти підприємницької діяльності можуть вести власну справу [1].

З початку 20 століття і по наш час розвиток ринкових відносин у державі привів до суттєвих змін у торговельному процесі. Змін зазнали практично усі схеми – від закупівлі товарів у товаровиробника до реалізації товарів кінцевим споживачам. Нині торгівля здійснюється не лише через гастрономи, ринкові точки, універмаги, але й і через маркети різного формату, значного поширення набула електронна торгівля (Інтернет-магазини) [1].

На сьогодні значного поширення набула роздрібна торгівля. Зростання ринку роздрібної реалізації товарів та послуг кінцевим споживачам зумовлене розвитком торгових мереж по всій території України. Слід зазначити, що торгівля є одним із найбільш привабливих з точки зору інвестування видів діяльності, оскільки торговельна діяльність характеризується відносно високою прибутковістю. Серед найкрупніших торговельних мереж слід відзначити мережу ТОВ «АТБ-маркет», «ФОЗЗІ ГРУП» (англ. Fozzy group), ЗАТ «Фуршет», «Метро» та ін. На сьогодні безперечним лідером за поширеністю є АТБ. Основну конкуренцію складає Фоззі груп, який розвиває власні гіпермаркети «Фоззі» та мережу супермаркетів «Сільпо» [2].

Розвиток мереж торгівлі зумовлює позитивні структурні перетворення у економіці держави, активізує виробництво споживчих груп товарів, розширює міжрегіональні економічні зв'язки, розвиває товарообіг, формує вищі обсяги доходів суб'єктам підприємницької діяльності. Варто підсумувати, що розвиток торговельної галузі в Україні спрямований на максимізацію задоволення потреб кінцевого споживача [2].

Сучасний ринок товарів та послуг характеризується наявністю гігантського асортименту товарів та послуг, який неможливо реалізувати тільки через ринки та торговельні центри. Тому не дивно, що з розвитком інформаційних технологій почали інтенсивно застосовуватися засоби масової інформації (ЗМІ) та глобальна мережа Інтернет. З метою розширення мережі збуту, максимізації доходів (прибутку), отримання клієнтських переваг прийнято застосовувати наступні способи просування товарів на ринок:

- Реалізація товарів через Інтернет-магазини. Даний тип торговельних відносин набуває все більшої популярності через свою зручність та швидкість. На інтернет-платформах, де можна придбати той чи інший товар або послугу, цінова політика більш краща по відношенню до покупця. Єдиним недоліком слід вважати відсутність точних гарантій від усіх продавців товарів та послуг стосовно якості товару, часу доставки та ін.
- Використання популярних Інтернет-порталів для розміщення реклами певного продукту чи бренду. На сьогодні крупні продавці товарів та послуг купують місце під власний банер або розміщують власний рекламний відеоролик на популярних для загального користування сайтах (наприклад YouTube.com та багато інших).
- Розповсюдження реклами товарів або товарного бренду через спеціальні бігборди, афіші, роздачу листівок, виставки, акції, знижки. На сьогодні такий тип просування товарів на ринок все ще досить популярний, тому не може бути виключеним із переліку найбільш ефективних способів просування власних торговельних інтересів.

У роздрібному сегменті торгівлі застосовуються наступні методи продажу товарів:

- продаж товарів через механізм самообслуговування;
- продаж товарів через механізм індивідуального обслуговування покупців;
- продаж товарів за зразками;
- продаж товарів з відкритим викладенням;
- продаж товарів за попередніми замовленнями від клієнта [4].

Продаж товарів чи послуг через самообслуговування є одним із найзручніших способів. Даний спосіб дозволяє пришвидшити операції з продажу, збільшує пропускну спроможність торгових точок, розширює об'єми реалізованої товарної продукції. Індивідуальне обслуговування клієнта здійснюється у типових торговельних точках (магазин, гастроном і т.п.), де присутній продавець, який і здійснює продаж товарів клієнту залежно від його потреби. Продаж за зразками передбачає розміщення товарних зразків у торговельному приміщенні, а клієнт (покупець) уже самостійно або з допомогою продавця-консультанта ознайомлюється із товаром. Продаж із відкритим викладенням товарів передбачають самостійне ознайомлення клієнта із товарами та самостійний вибір товарних позицій залежно від потреби [4].

Отже, сучасний торговельний процес в Україні є достатньо розвиненим. Це зумовлено появою у свій час прогресивних інформаційних технологій та розвитку засобів масової комунікації, що також дозволило організувати постійну взаємодію із потенційним споживачем товару чи послуги. Інтернет-магазини як сучасне явище у торгівлі, набули дуже широкої популярності та дозволили максимально спростити процес задоволення потреби для кінцевого споживача.

1.2. Загальна характеристика ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» та його бізнесових процесів

Досліджуване підприємство ПАТ «Фоззі груп» у м. Рівне входить до складу мережі торгових гіпермаркетів Fozzy C & C. Підприємство є центром гуртово-роздрібного продажу товарів для суб'єктів підприємницької діяльності багатьох видів економічної діяльності. Гіпермаркет у м. Рівне було відкрито у грудні 2007 року по вул. Курчатова, 9, що четвертий по рахунку в Україні. У даному гіпермаркеті відбувається продаж за оптовими та роздрібною схемами наступних видів товарів:

- продукти для харчування (деякі види продуктів виробляються особисто компанією);
- товари непродовольчої групи (для різних господарських потреб населення або підприємств);
- побутова хімія;
- побутова техніка та комп'ютерна техніка [5].

У мережі компаній «Fozzy group» здійснюється реалізація товарів під власними торговими марками, а саме: Премія, Премія селект, Повна чаша, Зелена країна, Protex, EXTRA! та інші. Структура управління у досліджуваній організації представлена наступними елементами:

- Генеральний апарат управління мережею гіпермаркетів: зібрання акціонерів товариства, голова правління, генеральний директор. Основне призначення роботи головного апарату управління: контроль та координування роботи кожного об'єкту мережі.
- Апарат управління гіпермаркету: директор, регіональні менеджери, логістична служба, бухгалтерія, головний супервайзер, супервайзери, мерчендайзери, співробітники складських приміщень, торгівельної зали, обслуговуючий персонал.

Директор гіпермаркету здійснює загальне управління збутовою діяльністю підприємства, роботою структурних підрозділів, звітується про виконану роботу перед генеральним апаратом управління. Регіональні менеджери здійснюють пошук нових та активно підпримують зв'язки існуючих клієнтів на певних довірених їм напрямках (по районах, областях). Логістична служба здійснює розробку карт оптимальних за витратами часу та паливно-мастильних матеріалів маршрутів відвантаження товарів на пункти прийому (клієнтам). Бухгалтерія уповноважена вести контроль взаєморозрахунків із контрагентами гіпермаркету, працівниками гіпермаркету стосовно оплати праці, преміювання та ін., головний супервайзер – головний керівник групи агентів з продажу товарів чи продукції, супервайзери є керівниками груп агентів з продажу нижчого рівня. Основне призначення роботи супервайзера: координація та контроль роботи торгових агентів, контроль роботи торговельних представників, контроль роботи мерчендайзерів. Мерчендайзери – це фахівці, призначення роботи яких полягає у постачанні товарів у торгівельні точки, контролі за викладенням товарів, контролі за об'ємами дистрибуції та продажем [6].

Основні бізнесові процеси підприємства:

- Роздрібна реалізація товарної продукції через мережу маркетів;
- Оптова реалізація товарної продукції різного призначення клієнтам – суб'єктам підприємницької діяльності.

Бізнес-логіка першого процесу підприємства є досить простою та зустрічається щодня. Споживач, який має бажання (потребу) у певному ряді товарних позицій, здійснює підбір необхідних товарів, при потребі може звернутися до персоналу для прискорення пошуку потрібного товару. Після того, як клієнт зробив відбір потрібних товарних позицій, через касу вносить оплату зручним для себе способом – у готівковій або безготівковій формі.

Стосовно ж оптової реалізації товарів, то тут присутні відмінності. По-перше, реалізація оптових замовлень потребує наявності відповідного преїскуранту, який має бути розроблений та узгоджений із генеральним апаратом управління. По-друге, процес реалізації товарів передбачає доставку товарів клієнту власним транспортом. Зачасту це саме так, оскільки клієнту послуга з доставки товарів є зручною, особливо якщо клієнт географічно розташований далеко від гіпермаркету. По-третє, реалізація оптових замовлень клієнта потребує дуже серйозного контролю за станом взаєморозрахунків із контрагентами, рухом товарно-матеріальних цінностей зі складських територій підприємства.

Сам процес відбувається за наступною схемою:

- отримання замовлення від клієнта;
- підбір товару згідно замовлення;
- підготовка до відвантаження;
- відвантаження;
- отримання оплати.

Є випадки, коли у замовленні клієнта присутні ті товарні позиції, яких немає на торговому залі або на складських територіях гіпермаркету. З метою доставки замовлення клієнту у максимально повному обсязі постачальникам підприємства відправляється заявка (замовлення) на відсутні товарні позиції. Слід зазначити, що робота з оптовими клієнтами (найчастіше – суб'єктами підприємницької діяльності) здійснюється на підставі укладених договорів, що формуються та підписуються сторонами з метою запобігання неправомірних дій як з боку постачальника товарів, так і з боку покупця.

1.3. Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства

Аналіз економічних показників діяльності підприємства ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» можливий за застосування обчислень значень коефіцієнтів, що виводяться із даних фінансової звітності. Дані показники здатні характеризувати ступінь фінансової самостійності підприємства, здатності ефективно працювати із контрагентами у контексті вирішення питань із зобов'язаннями. Для того, щоб отримати такі показники, необхідно звернутися до наступних фінансових звітів підприємства:

- Баланс (форма №1) – це звіт про фінансовий стан досліджуваного підприємства;
- Звіт про фінансові результати (форма №2) – це звіт про сукупний дохід підприємства;
- Звіт про рух грошових коштів (форма №3) – це звіт, що формується за прямим та непрямим методами;
- Звіт про власний капітал (форма №4) [7, 8].

Фінансова звітність підприємства наведена у Додатку А. Аналіз діяльності підприємства здійснюється через обчислення наступних груп показників:

- Показники фінансової стійкості (характеризують можливість підприємства здійснювати основну діяльність власними фінансовими засобами);
- Показники ліквідності (характеризують можливість підприємства обслуговувати власні зобов'язання);
- Показники рентабельності (характеризують рівень дохідності діяльності підприємства).

Методика розрахунку економічних показників діяльності досліджуваного підприємства подана у Додатку Б. Показники фінансової стійкості наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Показники фінансової стійкості підприємства

№	Показник	Значення показника		
		2017	2018	2019

1	Фінансова автономія	0,5	0,53	0,74
2	Фінансова залежність	1,95	1,87	1,34
3	Фінансовий ризик	0,9	0,87	0,34
4	Фінансова стійкість	0,6	0,73	0,82

Економічна інтерпретація: розрахований показник фінансової автономії характеризує достатній рівень забезпечення діяльності підприємства власними фінансовими засобами. Обернений до показника фінансової автономії коефіцієнт залежності показує, що у підприємства хоч і не на значному рівні, але присутня залежність від коштів зовнішніх кредиторів. Фінансова стійкість підприємства (у загальному вираженні) є досить високою. Слід відмітити зростання показників фінансової стійкості з кожним роком.

Показників ліквідності ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» наведені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.3

Показники ліквідності

№	Показник	Значення показника		
		2017	2018	2019
1	Коефіцієнт покриття	0,32	0,36	0,425
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,32	0,36	0,425
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0001	0,0001	0,0001

Економічна інтерпретація показників: отримані значення показників покриття (або коефіцієнт поточної ліквідності) характеризують несвоєчасне покриття поточних зобов'язань, як підприємство може покрити у короткий проміжок часу. Однак, варто помітити, що у період з 2017 по 2019рр. значення показника збільшується, тобто підприємство взяло курс на покращення показника покриття. Станом на 2019 рік підприємство вийшло на оптимальний рівень поточної ліквідності. Показники швидкої ліквідності ідентичні. По даних показниках, у 2019 році підприємство вийшло на оптимальний рівень пошарування поточних зобов'язань. Згідно показника абсолютної ліквідності станом на період із 2017 по 2019 роки підприємство не має можливості покривати зобов'язання великими частинами.

Показники рентабельності діяльності підприємства подано в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Показники рентабельності

№	Показник	Значення показника		
		2017	2018	2019
1	Рентабельність продажів	0	0	0
2	Рентабельність активів	6%	7%	11%
3	Рентабельність власного капіталу	12%	13%	14%

Економічна інтерпретація: згідно даних фінансової звітності підприємства показник рентабельності продажів обчислити не вдалося (значення 0). Щодо показників рентабельності активів та рентабельності власного капіталу, то тут спостерігається тенденція до зростання показників, що дає можливість висловити припущення, суть якого полягає у тому, що діяльність підприємства є дохідною, тобто рентабельною.

Отже, у даному розділі дипломної роботи здійснено дослідження торговельної галузі України та її представника – ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП». Із отриманих результатів дослідження варто помітити наступні:

- Торговельна галузь в Україні за попередні 20 років продемонструвала достатньо різкі темпи розвитку. Із появою сучасних інформаційних технологій та засобів комунікації торговельні представники отримали більш широкий інструментарій для просування своїх товарів та послуг на ринок.
- Досліджуване підприємство – ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» є одним із провідних торговельних представників в Україні, що займається реалізацією широкого асортименту товарів для населення та суб'єктів підприємницької діяльності. Підприємство використовує мережу гіпермаркетів «Fozzy» та мережу маркетів «Сільпо» для розповсюдження товарів. Один із гіпермаркетів мережі функціонує у м. Рівне.

- У ході дослідження та аналізу основних показників фінансової та господарської діяльності підприємства було встановлено, що підприємство для забезпечення власної торгівельної діяльності використовує все більшу частку власних фінансових ресурсів, що також означає, що підприємство посилює власну фінансову автономію, і показник фінансової стійкості це підтверджує. Підприємство станом на 2019 рік вийшло на оптимальний рівень ліквідності по власних поточних зобов'язаннях. Сама ж діяльність підприємства у результаті вважається дохідною (рентабельною).

Розділ 2. Моделювання та дослідження бізнесових процесів управління торгівельною діяльністю підприємства

2.1. Аналіз поточного стану управління торгівлею на підприємстві

Для торгівельного підприємства сучасності не новою є ціль максимізації прибутків. Не менш важливою ціллю (завданням) діяльності крупних торгівельних мереж є також задоволення потреб споживачів у необхідних товарах та реалізація потреб споживачів, задіяних у підприємницькій діяльності, які мають певні потреби відповідно до виду своєї діяльності. Максимізація задоволення потреб клієнтів є одним із ключових завдань системи управління, оскільки якість управлінських рішень напряду впливає на рівень економічної ефективності роботи підприємства. Для нормального налагодження бізнесових процесів на підприємстві торгівельного сектору необхідним є постійний контроль за товарно-матеріальними цінностями, що реалізуються, визначати тренди (пріоритетні напрями потреб клієнтів підприємства), повинна бути чітко налагоджена система перевезень товарно-матеріальних цінностей до клієнтських точок. Для реалізації необхідних операцій та контролю фінансової ситуації на підприємстві необхідним є присутність на підприємстві належного інформаційно-аналітичного забезпечення. У результаті можна зробити висновок, що суб'єкти господарської діяльності є складними динамічними системами, у середині яких досить тісно взаємодіють економічні, технологічні, соціальні процеси і всі вони можуть змінюватись під впливом зовнішнього (ринкового) середовища [10].

Як вже зазначалось, досліджуване підприємство ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» здійснює господарські операції із реалізації широкого асортименту товарів. У даній дипломній роботі значну увагу приділено процесу оптових продажів товарів суб'єктам підприємницької діяльності. Даний процес є дещо складнішим з точки зору управління, тому його оптимізація є досить актуальним питанням. Існуюча модель діяльності торгівельного підприємства ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» складена та описана за допомогою методології структурного аналізу та графічного представлення бізнес-процесів – SADT.

Методологія SADT - це набір спеціалізованих інструментів для структурного аналізу та проектування, що поєднує у собі процес моделювання, управління діяльністю чи проектом, використання додаткових засобів для структурування,

керівництвом моделлю діяльності або проектом з власною графічною мовою. Результатом використання даної методології виступає модель, що складається із таких елементів як блоки (діаграми), потоки інформації або матеріальні потоки, фрагменти текстової інформації та глосарій [11].

Головним компонентом моделі у даній методології виступають діаграми. Також до ключових компонентів слід віднести стрілки, що мають різне призначення. Інформація, яка використовується для керування при здійсненні того чи іншого процесу, входить до блоку зверху. Інформація, яка потребує обробки та зумовлює дії для виконання процесу, входить у блок з лівої сторони. Інформація, матеріали та особи, які залучені до виконання процесу, входять у блок знизу. На виході ж (стрілки, що виходять з блоку зправа) відображається кінцевий результат виконаного процесу [11].

Однією із найвагоміших особливостей застосованої методології є поступове введення рівнів деталізації кожного процесу. Для пояснення: на початку моделювання досліджуваній процес представляється як один загальний блок із вхідними та вихідними параметрами. Однак такий вигляд моделі не може надати більш повної інформації про досліджуваній процес. Саме тому проводиться декомпозиція процесу (поділ одного загального процесу на послідовно виконувани етапи). Декомпозиція формується на основі уже вказаних усіх вхідних та вихідних параметрів моделі [11].

Існуюча модель управління торгівельною діяльністю ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» (головна діаграма) зображена на рис. 2.1.

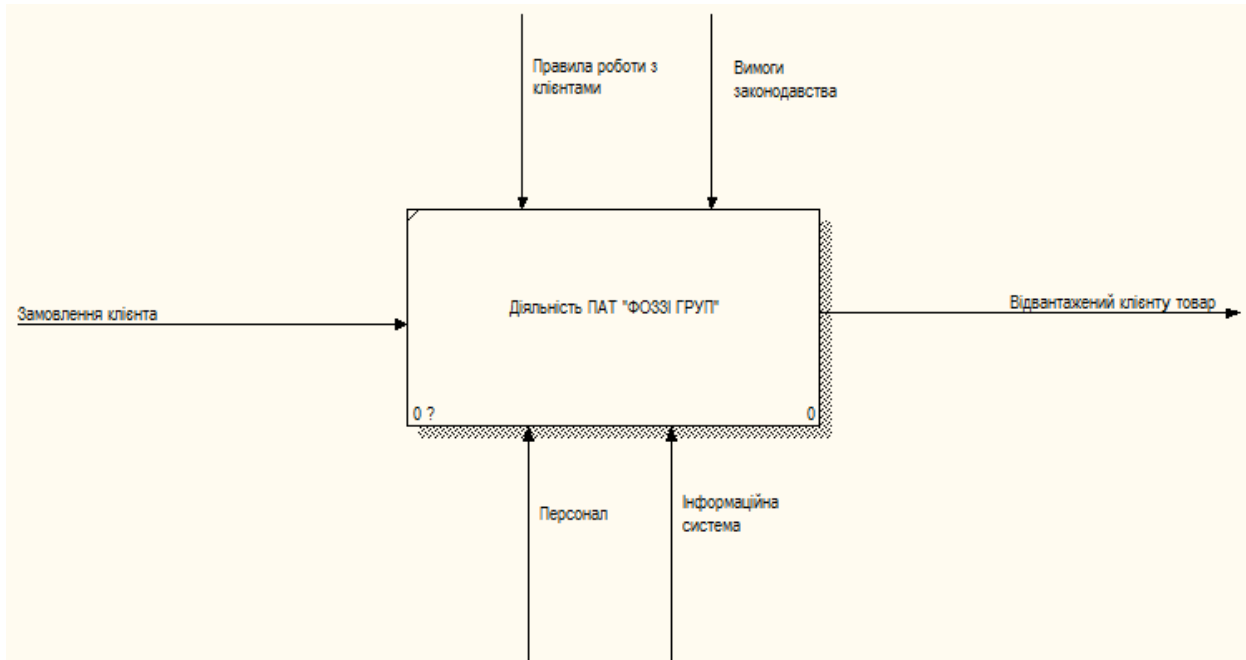


Рис 2.1. Головна діаграма бізнес-процесу

Вхідні параметри моделі наступні:

- **Замовлення клієнта.** Клієнт, маючи потребу у певному наборі товарів, здійснює замовлення через наявні у підприємства засоби комунікації.
- **Правила роботи з клієнтами.** На підприємства існує ряд правил, якими співробітники повинні керуватися при контакті із клієнтом підприємства.
- **Вимоги законодавства.** Права споживачів товарів та послуг мають захист на законодавчому рівні. Ті норми та правила, які прописані у законодавчій базі, повинні виконуватися при обслуговуванні клієнта та при здійсненні процедури відвантаження товарів клієнту.
- **Персонал.** Співробітники підприємства є одними із учасників бізнесового процесу, які беруть участь у реалізації товарів клієнтам.
- **Інформаційна система.** Засобами інформаційної системи здійснюється внесення облікових даних про реалізацію товарів та послуг клієнту.

Єдиним вихідним параметром моделі виступає відвантажений клієнту товар. Даний параметр характеризує результат виконання бізнесового процесу залежно від того, що у замовленні вказав клієнт, якими правилами та нормами це було затверджено, і хто із персоналу забезпечив виконання процесу, внісши необхідну інформацію у систему.

Дана модель розроблена із нулевим рівнем деталізації, а, отже, повна інформація про проходження бізнес-процесу невідома. Засобами програмного продукту ErWin Process modeler можна розробити декомпозицію (деталізацію) головної діаграми, чим модель у кінцевому результаті міститиме набагато більше інформації. Декомпозиція головної контекстної діаграми досліджуваного бізнес-процесу зображена на рис. 2.2.

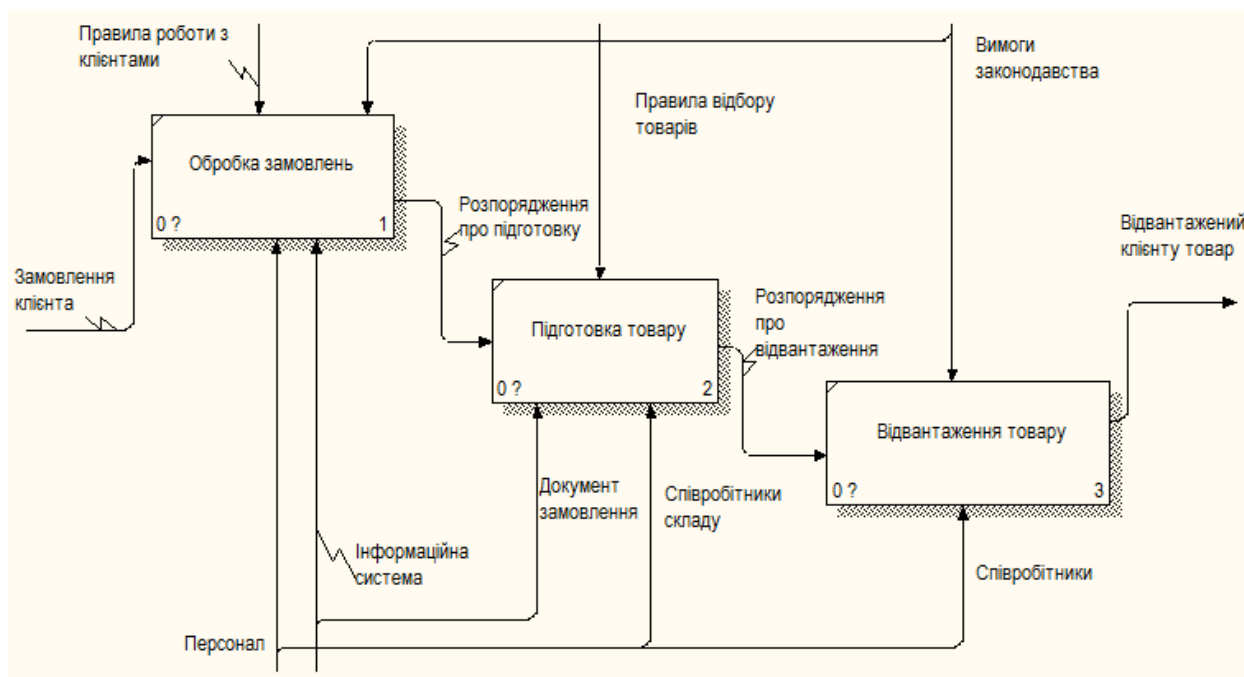


Рис. 2.2. Декомпозиція головної діаграми бізнес-процесу

Опишемо послідовність виконуваних етапів досліджуваного процесу. Відповідно до надходження від клієнта замовлення здійснюється обробка замовлення клієнта. Засобами інформаційної системи оператор або менеджер формує документ замовлення та розпорядження про підготовку необхідних товарів для відвантаження клієнту. На основі документу замовлення та розпорядження співробітники складу здійснюють відбір та підготовку товару на відвантаження клієнту. Коли товар готовий до відвантаження, формується відповідне розпорядження, на основі якого товар доставляється клієнту. Як результат процесу, товар було відвантажено клієнту.

Виходячи із побудованої структурної моделі, можна зробити висновок, що така модель організації потребує внесення удосконалень. Обґрунтування: у даній моделі не можна відстежити поведінку учасників бізнесового процесу при ситуації, коли необхідний товар на складі відсутній. Також модель потребує внесення процесу

здійснення клієнтом оплати за товари, які йому були відвантажені. Контроль процесу розрахунків також має бути забезпечений засобами інформаційної системи.

2.2. Розробка моделі удосконалення торгівельного процесу на досліджуваному підприємстві

Для того, щоб здійснити оптимізацію існуючої моделі управління торговельною діяльністю на досліджуваному підприємстві, попередньо необхідно визначити, які фактори впливу на бізнес-процес є ключовими. Для детального опису процесів можна застосувати методику CATWOE. Дана методика допомагає у визначенні основних цілей підприємства, допоможе визначити проблемні аспекти, що заважають досягненню поставлених цілей, надасть інформацію про те, наскільки вагомим є вплив управлінського рішення на виконавців бізнесового процесу та на отримувачів товарів. Складовими елементами CATWOE-методики слід вважати:

- Клієнти (Clients). У рамках досліджуваного бізнесового процесу це споживачі товарів, якими торгує підприємство. Клієнт змотивований отримати належне обслуговування, зацікавлений у якісних товарах і не менш зацікавлений у прийнятній ціні на замовлені ним товари.
- Виконавці (Actors). Виконавцями бізнесового процесу виступають співробітники організації.
- Перетворення (Transformation) – це динамічна інформація, що надходить як від початку виконання бізнесового процесу, так і до завершення.
- Наслідки (Worldview) – це результати виконання досліджуваного бізнесового процесу. У даній ситуації результатом діяльності підприємства є відвантажений товар.
- Керівник (Owner) – директор або голова правління, що приймає безпосередню участь у прийнятті рішення стосовно здійснення торговельної діяльності на підприємстві.
- Фактори зовнішнього середовища (Environmental constraints) – це фактори зовнішнього впливу на проходження бізнесового процесу. У даному випадку це правила роботи із клієнтами та законодавчі вимоги стосовно обслуговування клієнтів та захисту прав споживачів [12].

На основі побудованої моделі організації торгівельного процесу на підприємстві побудовано блок схему рішень, зображену на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Блок-схема

Згідно побудованої блок схеми, необхідним є введення механізму зворотнього зв'язку. Може бути ситуація, за якої товар у замовленні клієнта відсутній на складі, і саме тому, щоб максимально швидко усунути дефіцит у товарі, має бути налагоджений взаємозв'язок між структурними підрозділами.

Використовуючи програмний інструмент для структурного аналізу бізнесових процесів ErWin Process modeler, була побудована модель оптимізації торговельної діяльності підприємства, що на рис. 2.4.

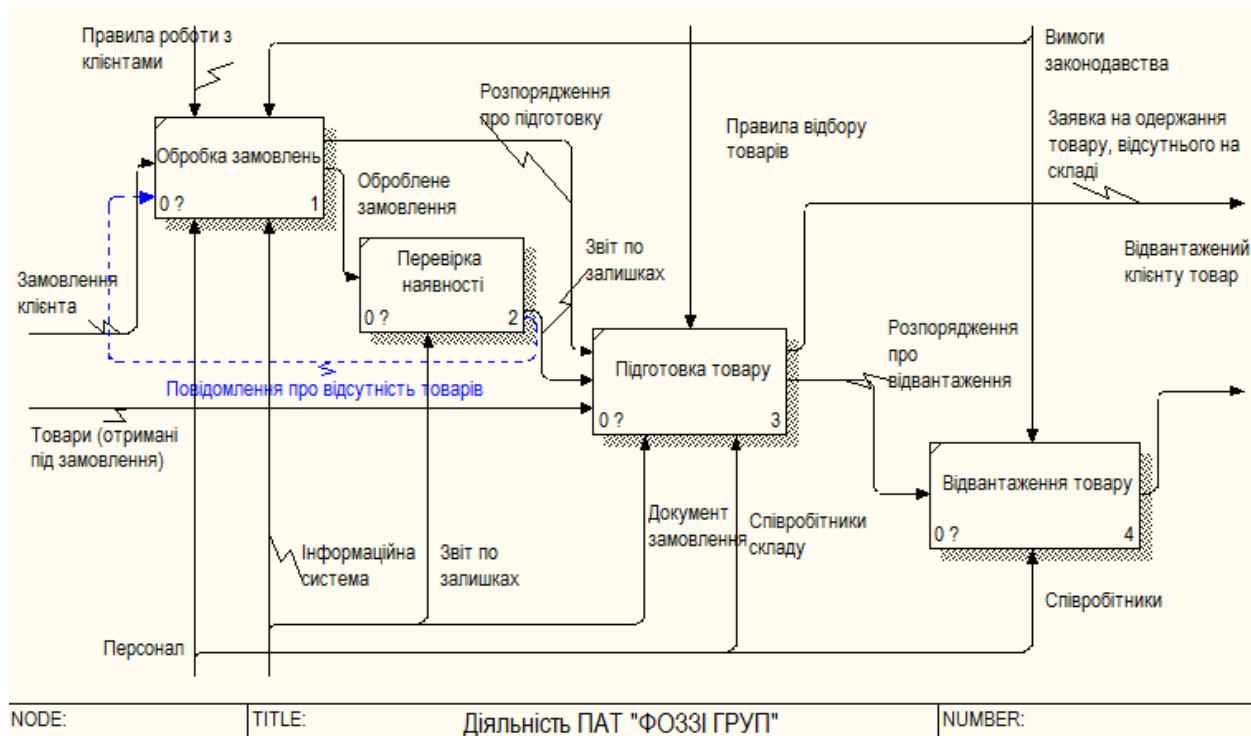


Рис. 2.4. Оптимізована модель процесу

Отримана модель має наступні відмінності від існуючої:

- Введений процес – «Перевірка наявності». Даний підпроцес характеризує дії з перевірки на наявність усіх необхідних товарів на складі.
- На випадок, коли деякі товари, що були вказані у замовленні клієнта, але відсутні на складі (що перевіряється звітом по залишках товарів), формується заявка на одержання таких товарів, щоб максимально задовольнити потребу клієнта;
- Зворотній зв'язок. Після перевірки товару на наявність можливі два варіанти розвитку подій: товар є у наявності і відповідне повідомлення передається на виконання процесу підготовки товарів; товар на складі відсутній, і відповідне повідомлення подається на процес обробки замовлень. Це робиться з метою

формування пропозицій по альтернативних товарах або товарах-субститутах (товарах-замінниках).

Отримані унаслідок оптимізації нові параметри моделі необхідно включити у структуру інформаційного забезпечення діяльності, щоб удосконалити роботу структурних підрозділів, організувати більш посилений контроль залишків товарно-матеріальних цінностей і всім цим сприяти максимізації задоволення потреб клієнтів.

Отже, у даному розділі дипломної роботи здійснено дослідження структури управління бізнесовим процесом реалізації товарів клієнтам (суб'єктам підприємницької діяльності) на прикладі ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП». При існуючій моделі управління були виявлені такий недолік як помірний контроль наявності потрібних за замовленням клієнта товарів. Така ситуація може досить негативно вплинути на репутацію підприємства як надійного постачальника.

З метою запобігти такому ризику, у даній роботі запропонована модель оптимізації процесу реалізації товарів. Модель орієнтована у першу чергу на потреби клієнта, оскільки максимізація задоволення клієнтських потреб має ключовий вплив на економічну ефективність діяльності гіпермаркету. Реалізований у моделі принцип зворотнього зв'язку дозволяє відлагодити управлінський процес та здійснювати діяльність більш швидко та якісно, що має немале значення для клієнта підприємства.

Розділ 3. Програмна реалізація інформаційної системи

3.1. Розробка структури автоматизованої інформаційної системи

Процедура створення інформаційної бази (системи) для забезпечення діяльності підприємства є досить складним та тривалим процесом, адже повинно опиратися не лише на рівень кваліфікації розробника програмного забезпечення, але й і на ряд принципів (правил), які необхідно брати до увагу, формуючи структуру та зміст програмного забезпечення. Принципи побудови інформаційного забезпечення діяльності підприємства наступні:

- Принцип системності;
- Принцип розвитку;
- Принцип сумісності інформаційної системи із іншими сховищами даних;
- Принципи стандартизації та ефективності [13].

Розглянувши описані принципи, були зроблені наступні вимоги до прикладного програмного забезпечення:

- Елементи системи, функціонал, операції та зв'язки між всіма об'єктами повинні чітко взаємодіяти між собою (забезпечення принципу системності);
- Інформаційна база повинна бути готова до можливих змін у структурі, до постійної обробки нової облікової інформації, так як часто буде застосовуватися на практиці (забезпечення дотримання принципу розвитку);
- Інформаційна система повинна бути відкритою для інших інформаційних баз та сховищ даних і повинна бути забезпечена можливістю синхронізації із іншими зовнішніми інформаційними базами (реалізація принципу сумісності інформаційної системи);
- Для пришвидшеної роботи на виконанням облікових операцій функціонал системи має бути організований через спеціальні розділи (поліпшення інтерфейсу системи);
- Інформаційна система повинна формувати оперативну інформацію про основні операції на підприємстві (рух товарно матеріальних цінностей,

взаєморозрахунки з клієнтами та постачальниками підприємства, стан показників реалізації продукції на підприємстві).

Для реалізації задач із інформаційної автоматизації діяльності підприємства на сьогодні існує велика кількість спеціальних програмних рішень. Для розробки інформаційної системи обрано програмну платформу 1С Підприємство. Основне завдання для розробки інформаційної системи для ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» полягає у автоматизації операцій із реалізації товарів клієнтам СПД (суб'єктам підприємницької діяльності). 1С: Підприємство - це єдина технологічна платформа для розробки прикладних програмних рішень. Засобами платформи можна реалізувати систему, яка повноцінно здійснює інформаційне забезпечення будь якого підприємства.

Перед реалізацією програмних рішень завжди передує процес проектування структури даних системи. У загальному вираженні структура даних складається із довідникової інформації та документів (процесних таблиць). Принцип організації взаємозв'язків між таблицями у системі організовується, як у реляційному середовищі бази даних. Відповідно до діяльності ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» була сформована наступна структура даних:

- Довідники: співробітники, номенклатура, контрагенти, склади, каси, одиниці виміру.
- Документи: прихідні накладні, рахунки-фактури, прибуткові касові ордери, видаткові касові ордери, витратні платіжні доручення, вхідні платіжні доручення, замовлення клієнтів, виробничі доручення, передача ТМЦ (товарно-матеріальних цінностей) у виробництво, прихідна накладна (виробництво).

Призначення кожного довідника та документу у інформаційній системі описано наступному пункті даної роботи (пункт 3.2), оскільки інформація, що міститься у наведених об'єктах інформаційної системи, характеризує функціональні можливості усієї системи.

3.2. Опис основних функціональних можливостей інформаційної системи

Платформа для розробки прикладних рішень задач автоматизації господарських операцій у 1С: Підприємство передбачає поділ довідників системи на підсистеми, що робить інтерфейс зручним у користуванні. Можливість розподілу функціоналу інформаційної системи по підсистемах спрощує пошук потрібної довідникової інформації та документів. Також засобами інформаційної системи можна налаштувати права доступу користувачів системи. Залежно від обов'язків посадових осіб у системі можна налаштувати функціонал саме під конкретну посаду. Наприклад, якщо потрібно організувати доступ до системи керівнику відділу із власного виробництва продукції, то даному користувачу варто надати доступ до підсистеми довідників та підсистеми виробництва [14].

Загальний вигляд інформаційної системи для ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» зображено на рис. 3.1.

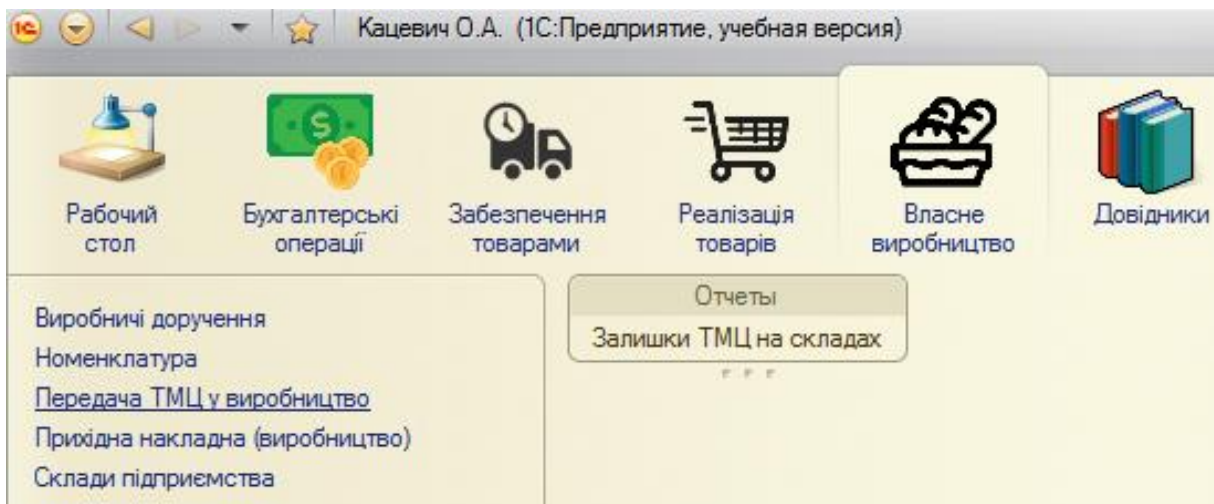


Рис. 3.1. Загальний інтерфейс інформаційної системи

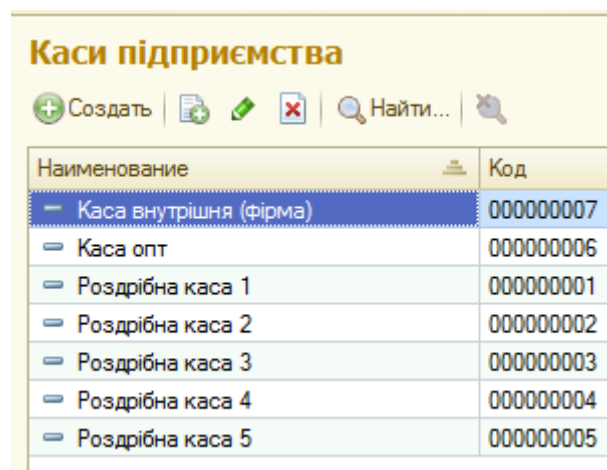
Як можна побачити, зовнішній вигляд інформаційної системи є досить зручним для сприйняття з точки зору користувача інформаційної системи. Інформаційна система діяльності підприємства поділена на ряд наступних підсистем:

- «Бухгалтерські операції» - підсистема, у якій міститься функціонал для проведення розрахункових операцій з контрагентами (клієнти та постачальники);
- «Забезпечення товарами» - підсистема, у якій міститься функціонал для проведення операцій із закупівель товарно-матеріальних цінностей під подальшу реалізацію клієнтам;

- «Реалізація товарів» - підсистема, у якій міститься функціонал для операцій із реалізації товарів клієнтам.
- «Власне виробництво» - підсистема, призначена для ведення господарських операцій із виробництва власної продукції під реалізацію клієнтам;
- «Довідники» - підсистема, призначена для зберігання нормативно-довідникової інформації для потреб у здійсненні облікових операцій.

Відповідно до розробленої структури даних для інформаційної системи були сформовані наступні довідники: «Каси», «Контрагенти Фоззі», «Номенклатура», «Одиниці виміру», «Склади підприємства», «Співробітники».

Довідник «Каси» містить довідникову інформацію про каси підприємства, через які відбувається процедура реалізації товарів. На підприємстві функціонує декілька кас, оскільки торгівельна площа гіпермаркету досить велика і потребує налагодженої системи масового обслуговування. Також реалізація товарів здійснюється через спеціальну касу організації (для проведення гуртових продажів товарів клієнтам). Вигляд довідника зображений на рис. 3.2.



Наименование	Код
Каса внутрішня (фірма)	000000007
Каса опт	000000006
Роздрібна каса 1	000000001
Роздрібна каса 2	000000002
Роздрібна каса 3	000000003
Роздрібна каса 4	000000004
Роздрібна каса 5	000000005

Рис.3.2 Довідник «Каси»

У довіднику «Контрагенти Фоззі» міститься інформація про контрагентів підприємства – клієнтів та постачальників. Для зручності у системі організований поділ контрагентів на відповідні групи, як це показано на рис.3.3.

Контрагент організації

Создать | Найти...

Наименование	Код	Тип контрагента	Адреса	Телефон
Клієнти	000000002			
ПАТ "Вікотек"	000000004	Юридична особа	м. Рівне	0974521478
ТОВ "Малітек"	000000005	Юридична особа	м. Рівне	0965210321
ФОП Антонов В.І	000000003	Фізична особа	м. Рівне	0963214547

Рис. 3.3. Список контрагентів організації (розділ «Клієнти»)

Довідник «Номенклатура» містить інформацію про товари та продукцію підприємства, які підприємство закупає та продає клієнтам. Також присутні товарні позиції, які підприємство виробляє самостійно і реалізує на ринку продовольчих товарів. Поділ довідника на групи також потрібний, оскільки це буде досить зручно для користувачів інформаційної системи. Довідник поділено на такі групи:

- Група «Товари»;
- Група «Продукція»;
- Група «Послуги».

Довідник «Номенклатура» інформаційної системи зображено на рис. 3.4.

Номенклатура організації

Создать | Найти...

Наименование	Код
Товари	000000001
Господарські товари	000000008
Електроніка	000000004
Побутова техніка	000000005
Продовольчі товари	000000007
Товари для дому	000000006

Рисунок 3.4. Довідник «Номенклатура»

У довіднику «Одиниці виміру» міститься інформація про одиниці виміру номенклатури, яку підприємство реалізує клієнтам. Перелік одиниць виміру у інформаційній системі зображений на рис. 3.5.

Наименование	Код
кг.	000000002
компл.	000000004
м2	000000003
шт.	000000001

Рис. 3.5. Довідник «Одиниці виміру»

У довіднику «Склади» міститься інформація про склади підприємства, у яких відбувається надходження та вибуття товарно-матеріальних цінностей. Специфіка діяльності підприємства полягає у тому, що крім складів, торгова зала гіпермаркету теж вважається складом, оскільки з нього також відбувається вибуття товарів і відбувається надходження (поновлення товарного асортименту). Вигляд довідника «Склади» ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» зображено на рис. 3.6.

Наименование
Основной склад
Склад продукції
Склад ТМЦ
Торгова зала

Рис. 3.6. Довідник «Склади підприємства»

Довідник «Співробітники» призначений для обліку особових даних про співробітників підприємства, що задіяні у бізнесових процесах підприємства. Тут поділ на групи також важливий, оскільки так можна організувати більш швидкий доступ до потрібної інформації співробітника. Поділ робиться відповідно до структурного підрозділу, до якого належить співробітник. Вигляд даного довідника зображено на рис. 3.7.

Список співробітників підприємства

+ Создать | + | + | ✖ | 🔍 Найти... | 🔍

Наименование	Код
+ Адміністрація	000000001
+ Бухгалтерія	000000002
+ Відділ збуту	000000003
+ Відділ постачання	000000004
+ Логістична служба	000000005
+ Склад	000000006
+ Співробітники торгової зали	000000007

Рисунок 3.7. Довідник «Співробітники»

Тепер потрібно описати бізнес-логіку, що закладена у розробленій інформаційній системі. Маючи товарні залишки, підприємство може реалізувати їх у два способи: прямий продаж у торговій залі роздрібним клієнтам і гуртовий продаж через попередньо сформоване клієнтом замовлення. Для відображення бізнесового процесу варто ініціювати процедуру ставлення на прихід товарного асортименту. Для цього можна використати документ «Прихідна накладна». Загальний вигляд документу приходу товару на склад зображено на рис. 3.8.

Прихідна накладна 000000001 от 01.01.2020 12:00:00

Провести и закрыть | Провести | Создать на основании | Все действия

Номер: 000000001 | Дата: 01.01.2020 12:00:00 | Склад: Основной склад
 Менеджер: Качур В.М. | Контрагент: ПП "Залишок"

N	Номенклатура	Одница виміру	Кількість	Ціна	Сума
1	Віник березовий	шт.	100	10,00	1 000,00
2	віник пластмасовий з ...	шт.	100	40,00	4 000,00
3	Швабра для вікон фелікс	шт.	100	60,00	6 000,00
4	шітка для чистки коврів	шт.	50	12,00	600,00
5	смарт годинник дитячи...	шт.	20	420,00	8 400,00
6	смарт годинник Самсу...	шт.	10	2 600,00	26 000,00
7	Смартфон apple iphone...	шт.	5	15 000,00	75 000,00
8	смартфон apple iphone ...	шт.	5	28 000,00	140 000,00
9	смартфон samsung gal...	шт.	5	18 500,00	92 500,00
10	Смартфон samsung gal...	шт.	5	20 000,00	100 000,00
11	Газова плита Гефест (...)	шт.	10	6 500,00	65 000,00
12	Пилосос керхер 120	шт.	10	2 800,00	28 000,00
13	Пральна машина ВЕК...	шт.	5	7 000,00	35 000,00
14	Холодильник БОШ	шт.	5	18 000,00	90 000,00
					671 500,00

Рис. 3.8. Прихідна накладна

Для опису роздрібного продажу товарів клієнту скористаємося наступними інструментами: сформуємо документ «Замовлення клієнта», у якому вкажемо необхідний клієнту товар у необхідній кількості та за роздрібною ціною. На підставі цього документа сформуємо документ «Рахунок-фактура», згідно якого підприємство засвідчить факт оплати. При проведенні документів реалізації потрібний товар автоматично буде списано із залишку на складі..

Для формування замовлення клієнта у системі потрібно перейти у підсистему «Реалізація товарів» та віднайти на панелі навігації (розміщена зліва) пункт «Замовлення клієнтів». При створенні даного документа необхідно вказати склад, із якого буде списано потрібний клієнту товар, менеджер, через якого проходить реалізація товару, контрагент (найменування клієнта) . У табличній частині вказується потрібний товар, вказується кількість, ціна, а сума замовлення підрачується автоматично. Форма документа замовлення клієнта зображена на рис. 3.9.

Товар	Одиниця виміру	Кількість	Ціна	Сума
1 смарт годинник Самсунг ...	шт.	1	4 200,00	4 200,00

Рис. 3.9. Форма документа замовлення клієнта

Далі формується документ рахунку на оплату споживачу. Вигляд документа в системі подано на рис. 3.10.

Рахунок-фактура 000000001 от 02.01.2020 8:36:00

Провести и закрыть | Провести | Создать на основании | Все действия

Номер: 000000001 | Дата: 02.01.2020 8:36:00 | Склад: Основной склад

Менеджер: Марчук П.І. | Контрагент: Кінцевий споживач

Товари | Послуги

+ Добавить | X | ↑ | ↓ | Все действия

N	Товар	Одиниця виміру	Кількість	Ціна	Сума
1	смарт годинник Самсунг ...	шт.	1		4 200,00

Коментар:

Сума товарів (підсумок): 4 200,00

Сума послуг (підсумок): 0,00

Сума документа: 4 200,00

Рис. 3.10. Документ рахунку-фактури

Далі для того, щоб підтвердити факт оплати від клієнта за потрібний йому товар, формується документ прихідний касовий ордер (на випадок розрахунку клієнта готівковим способом) або прибуткове платіжне доручення (на випадок розрахунку клієнтом у безготівковий спосіб). У даній ситуації сформуємо документ прихідного касового ордеру, як це показано на рис. 3.11.

Прибутковий касовий ордер 000000002 от 02.01.2020...

Провести и закрыть | Провести | Все действия

Номер: 000000002 | Дата: 02.01.2020 8:46:00

Документ-підстава: Рахунок-фактура 000000001 от 02.01.2020 8:36:00

Касир: Колобова К.А. | Контрагент: Кінцевий споживач

Каса: Роздрібна каса 1 | Сума: 4 200,00

Коментар: Оплата

Рис. 3.11. Документ «Прибутковий касовий ордер»

Відображення процесу реалізації товарів для клієнтів-суб'єктів підприємницької діяльності за оптовими цінами відображається за такою ж логікою. Відмінності полягають у тому, що цим процесом займаються співробітники такого структурного підрозділу як відділ збуту, а клієнтами підприємства у даній ситуації

виступають не фізичні, а юридичні особи. Варто приділити увагу процесу замовлення клієнта на отримання продукції, яку підприємство виробляє самостійно. Для відображення виробничих операцій у інформаційній базі передбачена підсистема «Власне виробництво». Бізнес-логіка наступна:

- Прийом замовлення від клієнта;
- Формування вказівки на виробництво;
- Списання необхідних для виробництва товарно-матеріальних цінностей;
- Виробництво та надходження продукції на склад;
- Реалізація (відвантаження) товарів клієнту;
- Отримання оплати від клієнта.

Формування документу «Замовлення клієнта» у даній дипломній роботі уже відображалось. На основі документу замовлення формується вказівка на виробництво. Документ вказівки на виробництво зображено на рис. 3.12.

N	Номенклатура	Одиниця виміру	Кількість
1	Булочка з маком	шт.	50
2	Булочка з повидлом	шт.	50
3	Булочка з фаршем	шт.	50
4	Струдель з маком	шт.	20
5	борошно пшеничне 5кг	шт.	10

Рис. 3.12. Форма документу доручення на виробництво

На підставі документу доручення на виробництво потрібно сформувати документ передачі ТМЦ (товарно-матеріальних цінностей) у виробництво. Проведення даного документу у інформаційній системі здійснить списання

потрібних для виробництва товарів із залишків складу. На випадок, якщо потрібного товару немає, а виробництво потрібно запустити у досить короткий термін, потрібно здійснити закупівлю потрібного товару, що можна здійснити через внесення систему документу «Прихідна накладна». У даній роботі припускається, що потрібні товари для виробничого процесу є на залишку складу. Форма документу передачі ТМЦ зображена на рис. 3.13.

Передача ТМЦ у виробництво 000000001 от 02.02.2020 14:56:55

Провести и закрыть | Провести | Все действия ?

Номер: 000000001 | Дата: 02.02.2020 14:56:55 | Склад: Основной склад

Документ підстава: Виробниче доручення 000000001 от 02.02.2020 12:36:00

Менеджер: Майоров І.І. (гурт)

Сировина

+ Добавить | Все действия

N	Номенклатура	Одиниця виміру	Кількість
1	борошно пшеничне 5кг	шт.	10
2	масло вершкове(вагове)	кг.	3
3	яйця курячі (10шт)	компл.	2
4	фруктофі наповнювачі	компл.	5

Коментар:

Рис. 3.13. Форма документу передачі ТМЦ у виробництво

Фактом відвантаження (надходження) виробленої продукції на склад є документ прихідної накладної (виробництво), що показаний на рис. 3.14.

Прихідна накладна (виробництво) (создание)

Провести и закрыть | Провести | Все действия ?

Номер: Дата: 14.12.2020 0:00:00 | Склад: Основной склад

Документ підстава: Виробниче доручення 000000001 от 02.02.2020 12:36:00

Менеджер: Майоров І.І. (гурт)

+ Добавить | Все действия

N	Номенклатура	Одиниця виміру	Кількість
1	Булочка з маком	шт.	50
2	Булочка з повидлом	шт.	50
3	Булочка з фаршем	шт.	50
4	Струдель з маком	шт.	20
5	борошно пшеничне 5кг	шт.	10

Коментар:

Рис. 3.14. Документ прихідна накладна (виробництво)

Далі на підставі документу замовлення оптового клієнта формуємо документ «рахунок-фактура» (ри.3.15), далі на основі цього документу формуємо документ «Прихідний касовий ордер» (рис 3.16), (клієнт розраховується за товар готівковими коштами), чим і закривається досліджуваний бізнесовий процес.

Рахунок-фактура (создание) *

Провести и закрыть | Провести | Создать на основании | Все действия ?

Номер: Дата: 03.02.2020 10:02:00 | Склад: Основной склад

Менеджер: Майоров І.І. (гурт) | Контрагент: ФОП Антонов В.І.

Товари | Послуги

+ Добавить | Все действия

N	Товар	Одиниця виміру	Кількість	Ціна	Сума
1	Булочка з маком	шт.	50	7,00	
2	Булочка з повидлом	шт.	50	8,50	
3	Булочка з фаршем	шт.	50	10,00	
4	Струдель з маком	шт.	20	20,00	
5	борошно пшеничне 5кг	шт.	10	150,00	

Коментар:

Сума товарів (підсумок): 3 175,00

Сума послуг (підсумок): 0,00

Сума документа: 3 175,00

Рис. 3.15. Рахунок-фактура

Прибутковий касовий ордер (создание) *

Провести и закрыть | Провести | Все действия ?

Номер: Дата: 03.02.2020 14:23:00

Документ-підстава: Рахунок-фактура 000000002 от 03.02.2020 10:02:00

Касир: Купчик І.О. (каса опт) | Контрагент: ФОП Антонов В.І

Каса: Каса опт | Сума: 3 175,00

Коментар: оплата

Рис. 3.16. Прихідний касовий ордер

Як уже зазначалося, у інформаційній системі діяльності будь якого підприємства має бути забезпечена можливість швидкого доступу до звітної інформації, що слугує потрібним інструментом для адміністрації підприємства при коригуванні роботи структурних підрозділів та прийнятті відповідних управлінських рішень. У розробленій інформаційній системі реалізовані наступні звіти:

- Ефективність продажів по менеджерах. Даний звіт дозволяє отримати оперативну інформацію про обсяги реалізованих товарів та власної продукції по кожному менеджеру, який є уповноваженою особою при здійсненні торгівельних операцій.
- Залишки ТМЦ на складах. Даний звіт призначений для контролю надходжень та вибуття товарно-матеріальних цінностей із складських територій підприємства.
- Стан заборгованості контрагентів. Даний звіт дозволяє відстежувати стан взаєморозрахунків із клієнтами та постачальниками товарів та послуг.

Загальний вигляд звіту по ефективності продажів по менеджерах представлений на рис. 3.16.

Параметры: Початок періоду: Кінець періоду:		
Менеджер	Кількість	Сума
Номенклатура		
Майоров І.І. (гурт)	180	3 175,00
Товари	180	3 175,00
Продовольчі товари	180	3 175,00
борошно пшеничне 5кг	10	1 500,00
Булочка з маком	50	350,00
Булочка з повидлом	50	425,00
Булочка з фаршем	50	500,00
Струдель з маком	20	400,00
Марчук Л.І.	1	4 200,00
Товари	1	4 200,00
Електроніка	1	4 200,00
смарт годинник Самсунг (для Гелексі)	1	4 200,00
Итого	181	7 375,00

Рис. 3.16. Форма звіту

Даний звіт окрім табличної частини має і графічну, де відображаються обсяги реалізованих товарів та власної продукції по кожній відповідальній особі. Така схема компонування даних дозволяє виявити, наскільки ефективно відповідальні особи працюють із клієнтами. Графічна частина звіту зображена на рис. 3.17.

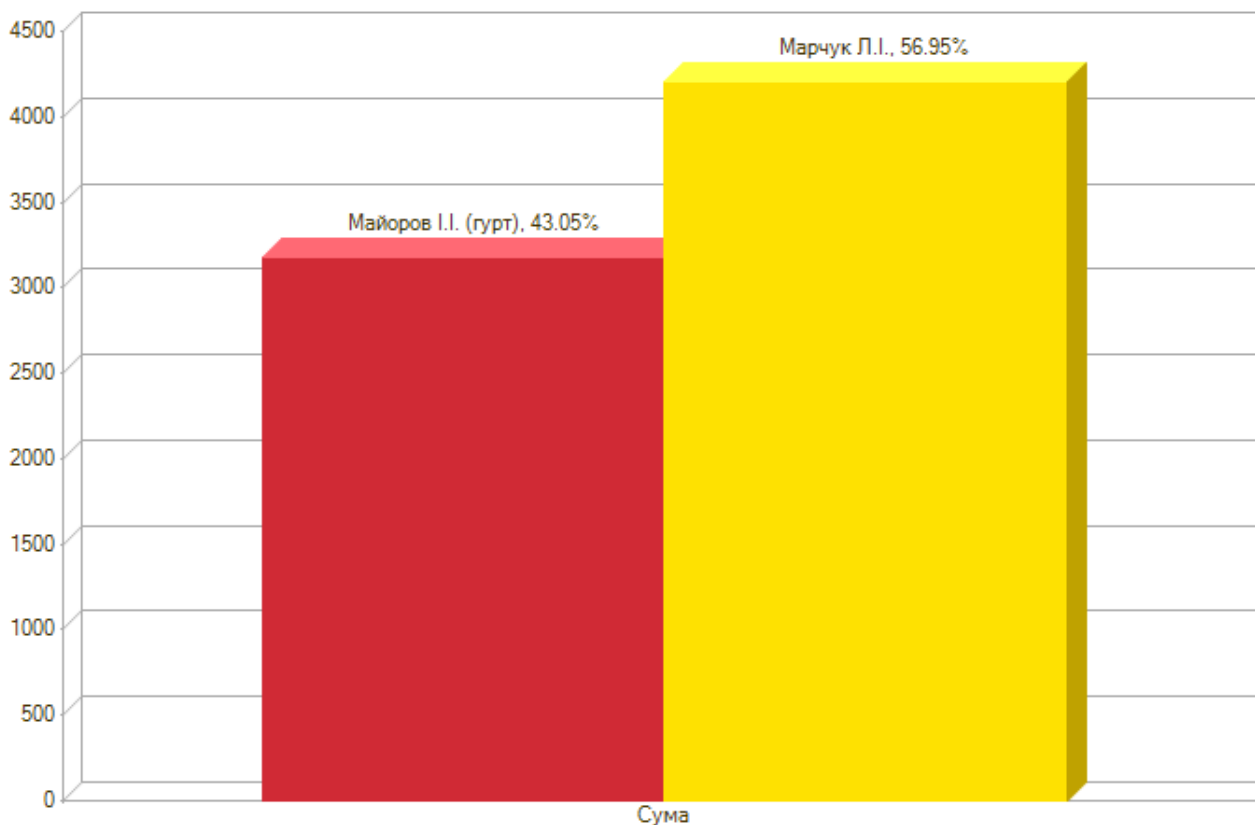


Рис. 3.17. Графічна частина звіту по ефективності продажів по менеджерах

Форма звіту по залишках ТМЦ на складах підприємства зображена на рис. 3.18.

Параметры: Початок періоду: 01.01.2020 0:00:00

Кінець періоду:

Отбор: Склад Равно "Основной склад"

Склад	Початковий залишок	Прихід	Витрата	Кінцевий залишок
Номенклатура				
Основной склад		1 170	201	969
Товари		1 170	201	969
Господарські товари		350		350
Електроніка		50	1	49
смарт годинник дитячий (СГ-100)		20		20
смарт годинник Самсунг (для Гелексі)		10	1	9
Смартфон apple iphone 10		5		5
смартфон apple iphone 12		5		5
смартфон samsung galaxy A20		5		5
Смартфон samsung galaxy s10		5		5
Побутова техніка		30		30
Продовольчі товари		740	200	540
Итого		1 170	201	969

Рис. 3.18. Форма звіту залишків ТМЦ

Форма звіту про стан взаєморозрахунків із контрагентами підприємства зображена на рис. 3.19.

Отбор: Контрагент Заполнено

Контрагент	Початковий залишок	Прихід	Витрата
Клієнти		7 375,00	7 375,00
Кінцевий споживач		4 200,00	4 200,00
ФОП Антонов В.І		3 175,00	3 175,00
Постачальники			692 800,00
ПП "Залишок"			692 800,00
Итого		7 375,00	700 175,00

Рис. 3.19. Форма звіту про стан взаєморозрахунків з контрагентами

З отриманого звіту можемо спостерігати, що клієнти підприємства відкритої заборгованості не мають, тобто оплата за товари та власну продукцію підприємства була отримана вчасно.

Отже, у результаті розробки отримана інформаційна система для обліку господарських операцій з реалізації товарів та власної продукції підприємства своїм споживачам. Дана система забезпечена усім необхідним функціоналом, а також звітною інформацією, що дуже зручно та необхідно для прийняття оперативних управлінських рішень. Однак, дана система потребує удосконалення у контексті аналізу даних з використанням економіко-математичного моделювання та прогнозування основних економічних показників діяльності. Для реалізації даної

задачі у інформаційній системі розроблений спеціальний програмний модуль у вигляді зовнішньої обробки.

3.3. Опис програмного модулю для аналізу облікових даних системи

Основне призначення розробленої зовнішньої обробки полягає у проведенні аналізу облікової інформації (показника обсягів реалізованих товарів та власної продукції підприємства) існуючими на сьогодні засобами апарату економіко-математичного моделювання. Результати виконання зовнішньої обробки для аналізу даних наступні:

- Параметри регресійної моделі (фактори: період реалізації та сума реалізованих товарів та продукції.);
- Коефіцієнт детермінації (R^2), який відображає ступінь залежності вказаних факторів для аналізу;
- Візуалізація результатів моделювання та прогнозування через графік та лінію тренду.

Розроблена зовнішня обробка для аналізу даних інформаційної системи не є її структурним елементом, але викликати дану обробку (завантажити засобами платформи 1С: Підприємство) можливо за використання пункту меню «Файл - Открыть». Після виконання даної маніпуляції з'явиться готове до роботи вікно обробки, як це показано на рис. 3.20.

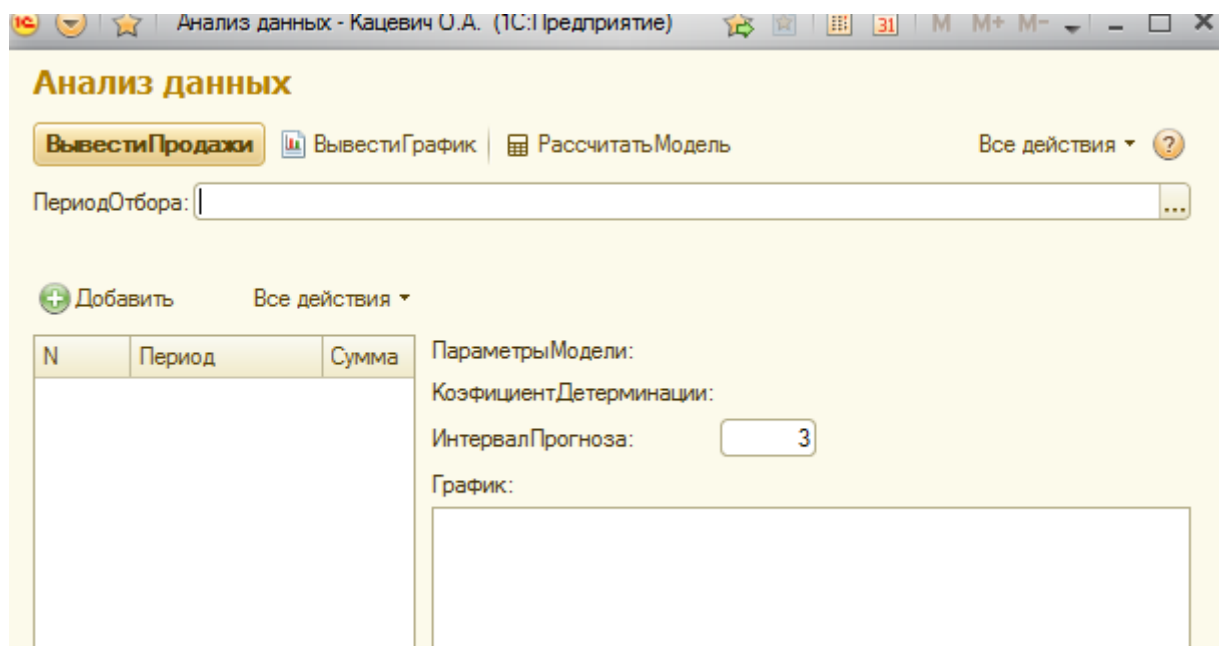


Рис. 3.20. Діалогове вікно зовнішньої обробки

Принцип роботи із зовнішньою обробкою розкривається у такій послідовності:

- Із конфігурації здійснюється завантаження даних про обсяги реалізованих товарів та власної продукції підприємства. Дана процедура виконується через реквізит форми «Период отбора».
- Після обраного періоду відбору у табличну частину виводиться інформація про обсяги реалізованих товарів та продукції. Дана процедура виконується через кнопку «ВывестиПродажи».
- Відображення графічного представлення завантажених даних. Дана процедура виконується через кнопку «Вывести график».
- Розрахунок закладених у обробці параметрів моделі та прогнозних значень. Дана процедура виконується через кнопку «РасчитатьМодель».

Візуалізуємо роботу із зовнішньою обробкою. Вибір періоду відбору для аналізу даних зображено на рис. 3.21.

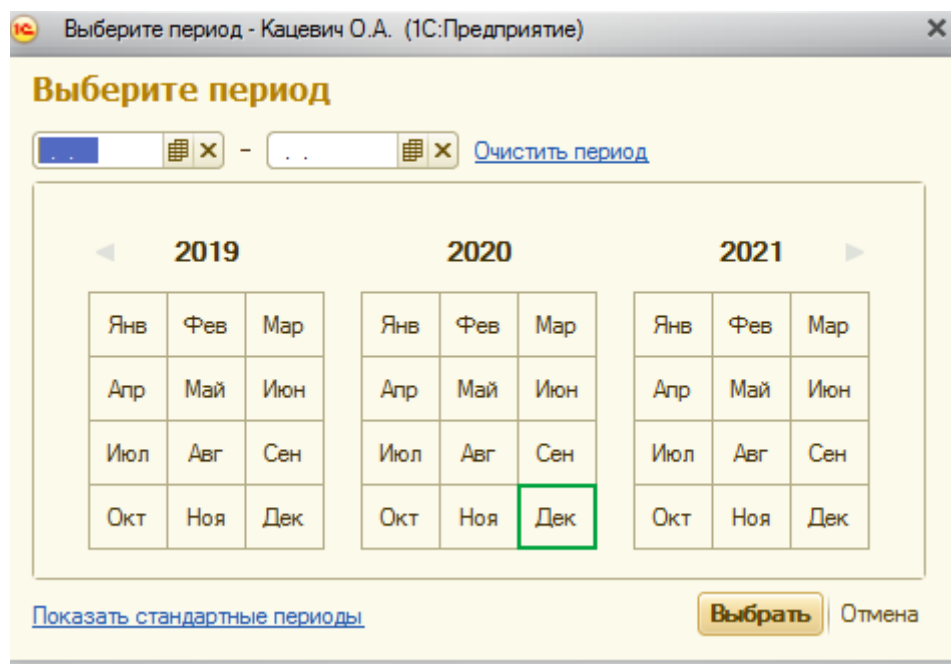


Рис. 3.21. Вікно вибору періоду відбору для аналізу даних

Після обрання потрібного часового діапазону для аналізу натискається кнопка «Выбрать». Далі за описаною вище послудовністю здійснюється виведення показників продажів товарів та власної продукції підприємства, виведення графіку та розрахунок параметрів регресійної моделі. Після проведених маніпуляцій обробка видасть результат аналізу, а саме: визначить параметри регресійної моделі, розрахує коефіцієнт детермінації (тісноти взаємозв'язку вибраних факторів), та розрахує прогнозні значення, які будуть записані у табличну частину зовнішньої обробки.

Результати виконання обробки зображено на рис. 3.22.

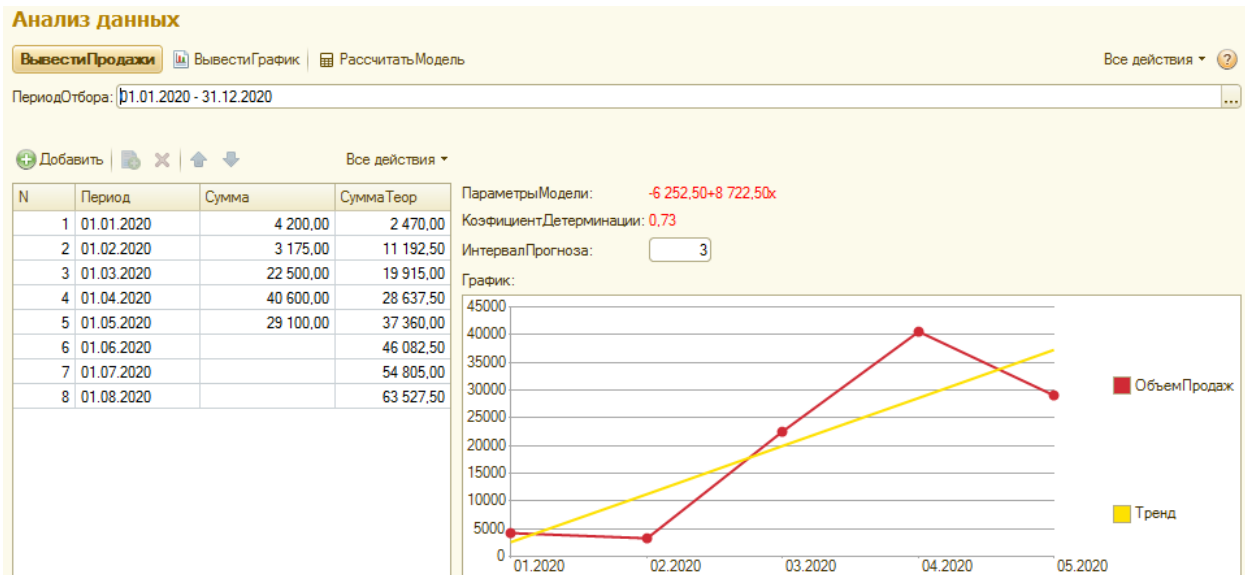


Рис. 3.22. Результаты выполнения внешней обработки

Із отриманих результатів зовнішньої обробки можемо спостерігати, що побудована модель характеризує позитивну тенденцію у зміні показника обсягу продажів підприємством товарів тавласної продукції, що дозволить у результаті підвищити ступінь економічної ефективності роботи підприємства. Позитивна динаміка у показниках доходів підприємства від основної діяльності дозволяє припустити, що впровадження у діяльність даного програмного забезпечення дозволить підтримувати управлінський процес на належному рівні з метою досягнення ще вищих фінансових результатів.

Отже, у даному розділі дипломної роботи здійснено опис структури розробленої інформаційної системи та на її основі розроблено та описано її функціонал. Отримана у результаті розробки система дозволяє здійснювати облікові операції із прямого продажу товарів фізичним особами (кінцевим споживачам), а також дозволяє здійснювати операції із реалізації товарів та власної продукції клієнтам-суб'єктам підприємницької діяльності. Система оснащена усіма необхідними довідниками та документами для ведення основних бізнесових процесів, а також пристуні інструменти для автоматизованого обліку господарських операцій із забезпечення діяльності підприємства необхідними товарно-матеріальними цінностями.

Дана інформаційна система здатна підтримувати функції аналізу інформації про обсяги реалізованих товарів та продукції. Отримані значення у ході аналізу ключового бізнес процесу досліджуваного підприємства дає змогу припустити, що

діяльність підприємства є прибутковою, тобто має позитивну економічну ефективність. Інформаційна система була попередньо апробована у межах підприємства у тестовому режимі та отримала позитивні відгуки.

Висновки

У даній дипломній роботі здійснено комплексне дослідження стану торговельного сектору економіки України, досліджено фінансовий стан одного із найкрупніших торговельних представників в Україні – ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП», досліджено особливості управління бізнесовими процесами, виявлені основні напрями оптимізації управління діяльністю підприємства. На основі оптимізованих моделей управління бізнес-процесами було спроектовано та розроблено інформаційну систему з елементами обліку та аналізу процесу реалізації товарів клієнтам – суб'єктам підприємницької діяльності.

У першому розділі дипломної роботи здійснено дослідження торговельної галузі України та її представника – ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП». Із отриманих результатів дослідження варто помітити наступні:

- Торговельна галузь в Україні за попередні 20 років продемонструвала достатньо різкі темпи розвитку. Із появою сучасних інформаційних технологій та засобів комунікації торговельні представники отримали більш широкий інструментарій для просування своїх товарів та послуг на ринок.
- Досліджуване підприємство – ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП» є одним із провідних торговельних представників в Україні, що займається реалізацією широкого асортименту товарів для населення та суб'єктів підприємницької діяльності. Підприємство використовує мережу гіпермаркетів «Fozzy» та мережу маркетів «Сільпо» для розповсюдження товарів. Один із гіпермаркетів мережі функціонує у м. Рівне.
- У ході дослідження та аналізу основних показників фінансової та господарської діяльності підприємства було встановлено, що підприємство для забезпечення власної торговельної діяльності використовує все більшу частку власних фінансових ресурсів, що також означає, що підприємство посилює власну фінансову автономію, і показник фінансової стійкості це підтверджує. Підприємство станом на 2019 рік вийшло на оптимальний рівень ліквідності по власних поточних

зобов'язаннях. Сама ж діяльність підприємства у результаті вважається дохідною (рентабельною).

У другому розділі дипломної роботи здійснено дослідження структури управління бізнесовим процесом реалізації товарів клієнтам (суб'єктам підприємницької діяльності) на прикладі ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП». При існуючій моделі управління були виявлені такий недолік як помірний контроль наявності потрібних за замовленням клієнта товарів. Така ситуація може досить негативно вплинути на репутацію підприємства як надійного постачальника.

З метою запобігти такому ризику, у даній роботі запропонована модель оптимізації процесу реалізації товарів. Модель орієнтована у першу чергу на потреби клієнта, оскільки максимізація задоволення клієнтських потреб має ключовий вплив на економічну ефективність діяльності гіпермаркету. Реалізований у моделі принцип зворотнього зв'язку дозволяє відлагодити управлінський процес та здійснювати діяльність більш швидко та якісно, що має немале значення для клієнта підприємства.

, У третьому розділі дипломної роботи здійснено опис структури розробленої інформаційної системи та на її основі розроблено та описано її функціонал. Отримана у результаті розробки система дозволяє здійснювати облікові операції із прямого продажу товарів фізичним особами (кінцевим споживачам), а також дозволяє здійснювати операції із реалізації товарів та власної продукції клієнтам-суб'єктам підприємницької діяльності. Система оснащена усіма необхідними довідниками та документами для ведення основних бізнесових процесів, а також пристуні інструменти для автоматизованого обліку господарських операцій із забезпечення діяльності підприємства необхідними товарно-матеріальними цінностями.

Дана інформаційна система здатна підтримувати функції аналізу інформації про обсяги реалізованих товарів та продукції. Отримані значення у ході аналізу ключового бізнес процесу досліджуваного підприємства дає змогу припустити, що діяльність підприємства є прибутковою, тобто має позитивну економічну ефективність. Інформаційна система була попередньо апробована у межах підприємства у тестовому режимі та отримала позитивні відгуки.

Перелік використаних джерел

1. Аналіз сучасного стану розвитку торгівельної галузі України [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecvd_2019_2_21.pdf.
2. Сучасний стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/391/420>.
3. Комерційні форми і методи реалізації товарів [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://stud.com.ua/149751/marketing/komertsiyni_formi_metodi_realizatsiyi_tovariv.
4. Технологія та методи роздрібного продажу товарів [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/torgovlya/487-tekhnologiya-ta-metodi-rozdribnogo-prodazhu-tovariv.html>.
5. Fozzy C & C [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Fozzy_C_%26_C.
6. Супервайзер [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.education.ua/ua/professions/supervisor/>.
7. Фінансовий аналіз у системі управління фінансами підприємства [Електронний ресурс]/Навчальні матеріали онлайн.: Режим доступу: http://pidruchniki.com/14940511/finansni/analiz_finansovo_gospodarskoyi_diyalnost_i_pidpriyemstva.
8. Моделювання фінансових процесів підприємств. Опорний конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.030502 «Економічна кібернетика» \ Пляшко О.С. – Рівне: РДГУ, 2016.
9. Фінансовий аналіз онлайн [Електронний ресурс].- Фінансовий аналіз підприємства: розрахунки та висновки. – Режим доступу: <https://www.finalon.com/>.
10. Р.О. Циганчук. Моделювання процесу виробництва. Економічні характеристики процесу виробництва та їх взаємозв'язок: наукова стаття. УДК 330.3:330.46.

11. Методологія структурного аналізу та проектування SADT [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.simulation.kiev.ua/dbis/lecture04.html>.
12. Техники аналізу – Catwoc, h-method, moscow, square [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://analystdays.ru/ru/talk/7529>.
13. Інформаційні системи та їх роль в управлінні економікою [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/6742>.
14. М. Г. Радченко, Е. Ю. Хрусталева. 1С:Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы / М. Г. Радченко, Е. Ю. Хрусталева. – М.: ООО 1С-Паблишинг, 2009. – 874 с.
15. Ефективність виробництва, її сутність, економічні та соціальні показники [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://pidruchniki.com/1081080639925/politekonomiya/efektivnist_virobnitstva_sutnist_ekonomichni_sotsialni_pokazniki.
16. Переваги та недоліки програми компанії 1С. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://unipro.com.ua/ua/perevagy-ta-nedoliky-programy-kompaniyi--1s--1s--buhgalteriya--1s--pidpryyemstvoredpryyaty>
17. Економіко-математичне моделювання: Навчальний посібник / За ред. О. Т. Іващука. – Тернопіль: ТНЕУ «Економічна думка», 2008. – 704 с.
18. Островський П.І., Гострик О.М., Добрунік Т.П., Радова О.В. Моделювання економічних процесів: Навчальний посібник. – Одеса. ОНЕУ, 2012. -132 с.
19. Курси програмування 1С: Підприємство 8.2 [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://kursor.kiev.ua/ua/programs/1c_8_1_for_programmers.php.
20. Курси програмування 1С:Предприятие 8.3 [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://stimul.kiev.ua/programma_kursa_1s_prog_82.htm.
21. Встроенный язык программирования 1С:Предприятие [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Встроенный_язык_программирования_1С:Предприятие.

22. Кашаев С.М. 1С:Предприятие 8.3. Программирование и визуальная разработка на примерах. – СПб.: БХВ-Петербург, 2015. – 336с.: ил. ISBN 978-5-9775-2806-1.
23. Ощенко И.А. Азбука программирования в 1С: Предприятие 8.3. – СПб.: БХВ-Петербург, 2015. – 288с. ил. – (Самоучитель).

Додатки

Додаток А

Фінансова звітність ПАТ «ФОЗЗІ ГРУП»

		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФОЗЗІ ГРУП"	за ЄДРПОУ	33870713
Територія		за КОАТУУ	3222410600
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Діяльність холдингових компаній	за КВЕД	64.20
Середня кількість працівників	2		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	08132 м. Вишневе, вулиця Промислова, будинок 5		

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)

v

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	25	23	
первісна вартість	1001	44	45	
накопичена амортизація	1002	19	22	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010			

первісна вартість	1011			
знос	1012			
Інвестиційна нерухомість:	1015			
первісна вартість	1016			
знос	1017			
Довгострокові біологічні активи:	1020			
первісна вартість	1021			
накопичена амортизація	1022			
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	1571210	1400821	
інші фінансові інвестиції	1035			
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040			
Відстрочені податкові активи	1045			
Гудвіл	1050			
Відстрочені аквізиційні витрати	1060			
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	1571235	1400844	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	1	1	
Виробничі запаси	1101	1	1	
Незавершене виробництво	1102			
Готова продукція	1103			
Товари	1104			

Поточні біологічні активи	1110			
Депозити перестраховання	1115			
Векселі одержані	1120			
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125			
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	16432	4184	
з бюджетом	1135			
у тому числі з податку на прибуток	1136			
з нарахованих доходів	1140	296393	104638	
із внутрішніх розрахунків	1145			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1000	62355	
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	40	65	
Готівка	1166			
Рахунки в банках	1167	40	65	
Витрати майбутніх періодів	1170	1	1	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180			
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182			
резервах незароблених премій	1183			
інших страхових резервах	1184			
Інші оборотні активи	1190			

Усього за розділом II	1195	313867	171244	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	1885102	1572088	

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2000	2000	
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401			
Капітал у дооцінках	1405			
Додатковий капітал	1410			
Емісійний дохід	1411			
Накопичені курсові різниці	1412			
Резервний капітал	1415	300	300	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1002314	1167670	
Неоплачений капітал	1425	()	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()	()
Інші резерви	1435			
Усього за розділом I	1495	1004614	1169970	
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500			
Пенсійні зобов'язання	1505			
Довгострокові кредити банків	1510			

Інші довгострокові зобов'язання	1515	209		
Довгострокові забезпечення	1520			
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521			
Цільове фінансування	1525			
Благодійна допомога	1526			
Страхові резерви, у тому числі:	1530			
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531			
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532			
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533			
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534			
Інвестиційні контракти;	1535			
Призовий фонд	1540			
Резерв на виплату джек-поту	1545			
Усього за розділом II	1595	209		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600			
Векселі видані	1605	16504	12000	
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	13		
за товари, роботи, послуги	1615	1	2	

за розрахунками з бюджетом	1620	11	7	
за у тому числі з податку на прибуток	1621			
за розрахунками зі страхування	1625	1		
за розрахунками з оплати праці	1630	45	27	
за одержаними авансами	1635	1	43600	
за розрахунками з учасниками	1640	863703	222267	
із внутрішніх розрахунків	1645			
за страховою діяльністю	1650			
Поточні забезпечення	1660			
Доходи майбутніх періодів	1665			
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670			
Інші поточні зобов'язання	1690		124215	
Усього за розділом III	1695	880279	402118	
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800			
Баланс	1900	1885102	1572088	

Примітки д/н

Керівник Костельман В.М.

Головний бухгалтер Бондарева Н.І.

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФОЗЗІ ГРУП"	за ЄДРПОУ	33870713
	(найменування)		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2017 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000		
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховання	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	()	()
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090		
Валовий: збиток	2095	()	()
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		

Інші операційні доходи	2120	10	9
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	(14554)	(12222)
Витрати на збут	2150	()	()
Інші операційні витрати	2180	()	()
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(14544)	(12213)
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	161004	1001367
Інші доходи	2240	489650	85170
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	(1345)	(13)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(469409)	(74701)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	165356	999610
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	165356	999610

Чистий фінансовий результат: збиток	2355	()	()
II. СУКУПНИЙ ДОХІД			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
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	165356	999610
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Матеріальні затрати	2500		
Витрати на оплату праці	2505	10036	8185
Відрахування на соціальні заходи	2510	112	97
Амортизація	2515	4	5
Інші операційні витрати	2520	5747	3948
Разом	2550	15899	12235
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
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		
--------------------------------	------	--	--

Примітки д/н

Керівник Костельман В.М.

Головний бухгалтер Бондарева Н.І.

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФОЗЗІ ГРУП"	за ЄДРПОУ	33870713
	(найменування)		

**Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за 2017 рік**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000		
Повернення податків і зборів	3005		
у тому числі податку на додану вартість	3006		
Цільового фінансування	3010		
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		
Надходження авансів від покупців і замовників	3015		
Надходження від повернення авансів	3020		
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	10	9

Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035		
Надходження від операційної оренди	3040		
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045		
Надходження від страхових премій	3050		
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		
Інші надходження	3095	2	218
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	(4384)	(3930)
Праці	3105	(8097)	(6589)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(113)	(97)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(1962)	(2081)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	()	()
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	()	()
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	()	()
Витрачання на оплату авансів	3135	()	()
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	()	()
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	()	()
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	()	()
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	()	()
Інші витрачання	3190	(10)	(293)

Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	-14554	-12763
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	495642	86600
необоротних активів	3205		
Надходження від отриманих: відсотків	3215		
дивідендів	3220	352759	705278
Надходження від деривативів	3225		
Надходження від погашення позик	3230	52936	22747
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		
Інші надходження	3250	401	238
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(191884)	(284632)
необоротних активів	3260	(3)	(27)
Виплати за деривативами	3270	()	()
Витрачання на надання позик	3275	(52254)	(23747)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	()	()
Інші платежі	3290	(368)	()
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	657229	506457
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300		
Отримання позик	3305		309378
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		
Інші надходження	3340		

Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	()	()
Погашення позик	3350	5	367249
Сплату дивідендів	3355	(641436)	(435803)
Витрачання на сплату відсотків	3360	()	()
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	()	()
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	()	()
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	()	()
Інші платежі	3390	(1209)	(10)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-642650	-493684
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	25	10
Залишок коштів на початок року	3405	40	30
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410		
Залишок коштів на кінець року	3415	65	40

Примітки д/н

Керівник Костельман В.М.

**Головний
бухгалтер** Бондарева Н.І.

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФОЗЗІ ГРУП"	за ЄДРПОУ	33870713

Розподіл прибутку: Виплати власникам (дивіденди)	4200								
Спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу	4205								
Відрахування до резервного капіталу	4210								
Сума чистого прибутку, належна до бюджету відповідно до законодавства	4215								
Сума чистого прибутку на створення спеціальних (цільових) фондів	4220								
Сума чистого прибутку на матеріальне заохочення	4225								
Внески учасників: Внески до капіталу	4240								
Погашення заборгованості з капіталу	4245								
Вилучення капіталу: Викуп акцій (часток)	4260								
Перепродаж вкуплених акцій (часток)	4265								
Анулювання вкуплених акцій (часток)	4270								
Вилучення частки в капіталі	4275								
Зменшення номінальної вартості акцій	4280								
Інші зміни в капіталі	4290								
Придбання (продаж) неконтрольованої частки в дочірньому підприємстві	4291								
Разом змін у капіталі	4295					165356			1653 56

Залишок на кінець року	4300	2000			300	1167670			1169970
-------------------------------	-------------	-------------	--	--	------------	----------------	--	--	----------------

Примітки д/н

Керівник Костельман В.М.

Головний бухгалтер Бондарева Н.І.

Методика розрахунку показників фінансово-господарського стану підприємства

Показники фінансової стійкості

Показник	Порядок розрахунку	Оптимальне значення
Коефіцієнт фінансової автономії	Власний капітал (розділ 2):Валюта балансу	Наближення до 1
Коефіцієнт фінансової залежності	Валюта балансу: Власний капітал(розділ 2)	Зменшення показника
Коефіцієнт фінансового ризику	Позикові кошти(дебіторська та кредиторська заборгованість): власні кошти (власний капітал)	Наближення до нуля
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Власні обігові кошти: власний капітал	0,4-0,6
Коефіцієнт фінансової стійкості	(Власний капітал +довгострокова кредиторська заборгованість):Валюта балансу	0,8-1

Показники ліквідності

Показник	Порядок розрахунку	Оптимальне значення
Коефіцієнт покриття	Оборотні активи/поточні зобов'язання	Більше 1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Рядки форми №1: (1165+1160+1140+1155)/1695	Від 0,4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фін. Інвестиції/поточні зобов'язання	Від 0,4
Коефіцієнт співвідношення Кт та Дт заборгованості	Відношення кредиторської до дебіторської заборгованості	Збільшення (від 1)

Показники рентабельності

Рентабельність продаж	2350/2000 (рядки ф.2)
Рентабельність основних коштів та ін. необ. Активів	2350/(1300/2)(ф1 і ф2)
Рентабельність власного капіталу	2350/(1495/2) (ф1 і ф2)
Рентабельність активів	2350/(1300/2)(ф1 і ф2)
Рентабельність продукції	2000/2050(форма 2)