

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»

Заочна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

ФИЛЬ НАЗАРА ІГОРОВИЧА

на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ
ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Назар ФИЛЬ*

Науковий керівник:

к.е.н, доцент

_____ Віталій Царьов

Робота допущена до захисту в ЕК «__»_____20__ р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, проф.

Інна РЄПІНА

Київ 2024

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теоретико-методичні засади визначення та оцінювання ділової активності підприємства	5
1.1 Сутність ділової активності та характеристики, що її визначають	5
1.2 Критерії та показники оцінювання ділової активності підприємства	11
1.3 Напрямки підвищення ділової активності підприємства	18
Розділ 2. Аналіз ділової активності ТОВ «Марс Україна»	22
2.1 Характеристика господарської діяльності підприємства	22
2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Марс Україна»	27
2.3 Оцінювання ділової активності підприємства	33
Розділ 3. Обґрунтування бізнес-пропозиції щодо підвищення ділової активності ТОВ «Марс Україна»	40
3.1 Розробка бізнес-пропозиції щодо підвищення ділової активності підприємства	40
3.2 Оцінювання економічної доцільності реалізації розробленої бізнес-пропозиції та її впливу на показники ділової активності ТОВ «Марс Україна»	47
Висновки	56
Перелік джерел посилання	60
Додатки	

ВСТУП

Актуальність теми. Ділова активність є однією з ключових характеристик фінансово-економічного стану підприємства та передумовою успішності розвитку. Вивчення ділової активності підприємства є дуже важливим чинником поліпшення економічної ситуації суб'єкту господарювання будь-якого рівня, так як саме це явище характеризує основні характеристики, які в органічній сукупності визначають розвиток. Вивчення питань оцінювання ділової активності дискутуються науковцями та практиками, а спектр аспектів та систем показників постійно розширюється.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення змісту поняття «ділова активність підприємства» досліджена такими вченими як Ю.С. Цал-Цалко, Н.Л. Мешкова, Ю.В. Масюк, М.О. Буздиган, Н.М. Гаркуша, І.М. Тіхонова, А. М. Турило, О.А. Зінченко, І. С. Вчєрашня, ін. Серед дослідників КНЕУ ім. В. Гетьмана дослідження ділової активності підприємства представлені в контексті оцінювання фінансово-економічного стану підприємства, а серед науковців слід виділити праці О. Терещенка, Г. Швиданенко, А. Дмитренко. Також серед українських та зарубіжних науковців проблеми оцінювання ділової активності представлені у дослідженнях Дж. Ван Хорна, Ю. Брігхема, Н.С. Тимошик, І.Г. Шимича, Н.В. Бугаса, ін.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є узагальнення теоретико-методичних засад та розробка бізнес-пропозиції щодо підвищення ділової активності ТОВ «Марс Україна».

Для досягнення поставленої мети у роботі було поставлено та вирішено такі завдання:

- визначити сутність та характеристики ділової активності підприємства;
- дослідити системи критеріїв та показників оцінювання ділової активності підприємства;

- узагальнити напрямки підвищення ділової активності підприємства;
- зробити характеристику господарської діяльності ТОВ «Марс Україна»;
- проаналізувати фінансовий стан ТОВ «Марс Україна»;
- оцінити ділову активність ТОВ «Марс Україна»;
- розробити бізнес-пропозицію щодо підвищення ділової активності ТОВ «Марс Україна»
- економічно обґрунтувати доцільність реалізації розробленої бізнес-пропозиції та оцінити її вплив на показники ділової активності ТОВ «Марс Україна».

Об’єкт дослідження – процеси підвищення ділової активності підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів щодо оцінювання та підвищення ділової активності підприємства.

Методи дослідження. У ході дослідження були використані такі методи: систематизації, аналізу та синтезу – для уточнення змісту та характеристик ділової активності підприємства; горизонтального та вертикального аналізу, метод коефіцієнтів – у ході фінансового аналізу ТОВ «Марс Україна»; факторного та стратегічного аналізу – у ході оцінювання та аналізу ділової активності ТОВ «Марс Україна».

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретико-методична значимість отриманих результатів полягає в уточненні змісту поняття «ділова активність підприємства» та системи показників її оцінювання. Практична значимість результатів дослідження полягає у розробці бізнес-пропозиції, реалізація якої забезпечує більш високий рівень ділової активності ТОВ «Марс Україна»

Інформаційна база дослідження це наукові статті, монографії, посібники та підручники, аналітична інформація мережі Інтернет, дані фінансової та управлінської звітності ТОВ «Марс Україна».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність ділової активності підприємства та характеристики, що її визначають

Проблема побудови ефективної системи управління підприємством на теперішній час є дуже актуальною. У разі високої конкуренції необхідно вдосконалювати існуючі методи управління підприємства. При цьому найбільш значущими є показники, що відбивають результативність діяльності підприємства. Одним із таких показників є ділова активність підприємства.

Вивчення питань ділової активності підприємства знаходиться у центрі уваги багатьох вчених та фахівців у галузі економіки та управління.

Основоположниками теорії формування ділової активності підприємства є зарубіжні вчені - економісти Ю. Брігхем, Дж.К. Ван Хорн, П.Екман. Кожен автор щодо сутності «ділова активність» пропонує свої ключові характеристики (табл. 1.1). На думку Ю. Брігхем ділова активність - це стан підприємства, яке оцінюється за допомогою коефіцієнтів якості управління та активами. Дж.К. Ван Хорн вважав, що ділова активність підприємства – це оцінка зовнішнього фінансування. П.Екман основний акцент робив на показниках ефективності, таких як прибутковість, рівень використання активів. В табл. 1.1 згруповано визначення поняття «ділова активність» за підходами, яке розглядалось як зарубіжними, так і українськими дослідниками.

Вивчивши наведені вище думки різних науковців, бачимо, що термін «ділова активність» є складним і багатогранним поняттям. З цього можна зробити висновок, що у визначенні та оцінці ділової активності простежується два основних підходи. Згідно з першим підходом під діловою активністю

розуміються заходи, спрямовані на розширення частки ринку та зростання обсягів продажу підприємства. А другий підхід розкриває ділову активність як оцінку результативності роботи підприємства.

Таблиця 1.1 – Науковці, які вивчали поняття «ділова активність»

Автор	Сутність підходу до вивчення поняття	Основні показники
Ю. Брігхем	Ділову активність підприємства оцінює коефіцієнтами якості управління активами; автор наголошує на порівнянні отриманих коефіцієнтів із середньогалузевими даними.	Оборотність товарно-матеріальних запасів, оборотність основних засобів, середній термін інкасації, оборотність усіх активів.
Дж. К. Ван Хорн	Бачить методику оцінки ділової активності у розгляді питання про зовнішнє фінансування.	Показники ліквідності; рентабельності; питомої ваги позикового капіталу; забезпеченості відсотків за кредитами.
Г.Г.Кірейцев	Автор робить акцент на аналізі операційного циклу підприємства.	Період операційного циклу, обороту оборотних активів, середній період обороту коштів та короткострокових фінансових вкладень.
Ю.С Цал-Цалко	Запропонували показники аналізу ділової активності, що враховує зовнішні та внутрішні взаємозв'язки.	Коефіцієнт інвестиційної ділової активності, економічна додана вартість.
І.К.Беляєвський	Вважає, що ділова активність комерційного підприємства виявляється у динамічності її розвитку.	Оцінка ступеня виконання планів, норм, нормативів; коефіцієнт стійкості економічного зростання; оцінка динамічності дозрівання фірми.
Л.О. Коваленко	Розглядає ділову активність через призму якісних показників.	Становище над ринком; залежність підприємства від великих постачальників; ділова репутація.
П.Екман	Базується на показниках ефективності виробничої діяльності, що вимірюють прибутковість фірми та її здатність використовувати активи.	Прибутковість продажів, доходність активів, валовий прибуток, доходність капіталу, показники виплати дивідендів та покриття відсотків, прибуток на акцію; рентабельність капіталу.
Н.Л.Мешкова	Ототожнюють оборотність та ділову активність зобов'язань та активів	Коефіцієнти оборотності капіталу, оборотність та рентабельність капіталу.

Джерело: згруповано автором на основі [1-14]

Ділова активність – це поняття, що охоплює виробничу та комерційну діяльність підприємства, оцінює зусилля, вкладені у виробництво та реалізацію продукції. Таким чином, розкривши поняття ділової активності підприємства, можна зробити висновок, що ділова активність є найважливішим чинником фінансово-економічної стабільності підприємства, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність підприємства. Ділова активність залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів підприємства та розкриває його внутрішній потенціал.

Також, з одного боку, під діловою активністю розуміється сукупність зусиль, спрямованих на просування будь-якого підприємства на ринки продукції, праці та капіталу. З іншого боку, метою підприємницької діяльності є надання послуг і товарів, які бажає клієнт, за розумною ціною. Багато компаній існують, щоб задовольнити конкретну потребу або заповнити певну прогалину на поточному ринку. Тому вони продають товари та послуги. Підприємці можуть розпочати свій бізнес, оскільки на них є попит, який вони можуть задовольнити. Це означає, що бізнес-підприємства помітили можливості задовольнити потреби клієнтів таким чином, що альтернатив для цього поки що не пропонується. Підприємства повинні адаптуватися та розробляти нові ідеї, послуги та продукти, щоб відповідати новим тенденціям та технологіям. Бізнес-концепції можуть виникнути через розробку оригінальної ідеї або адаптацію існуючих продуктів і послуг.

Ділова активність є характеристикою процесу підприємства, а ефективність підприємства відповідно до кількості авансованих ресурсів у процесі виробництва є результатом енергійних заходів. Економіка складається з діяльності в державі, пов'язаної з виробництвом, розподілом і застосуванням товарів і послуг. Рівень споживчих витрат впливає на ціни, інвестиційні рішення. Причиною є ділова активність, а результатом – ефективність підприємства.

Усі зміни в бізнесі є результатом внутрішніх або зовнішніх факторів (рис. 1.1).

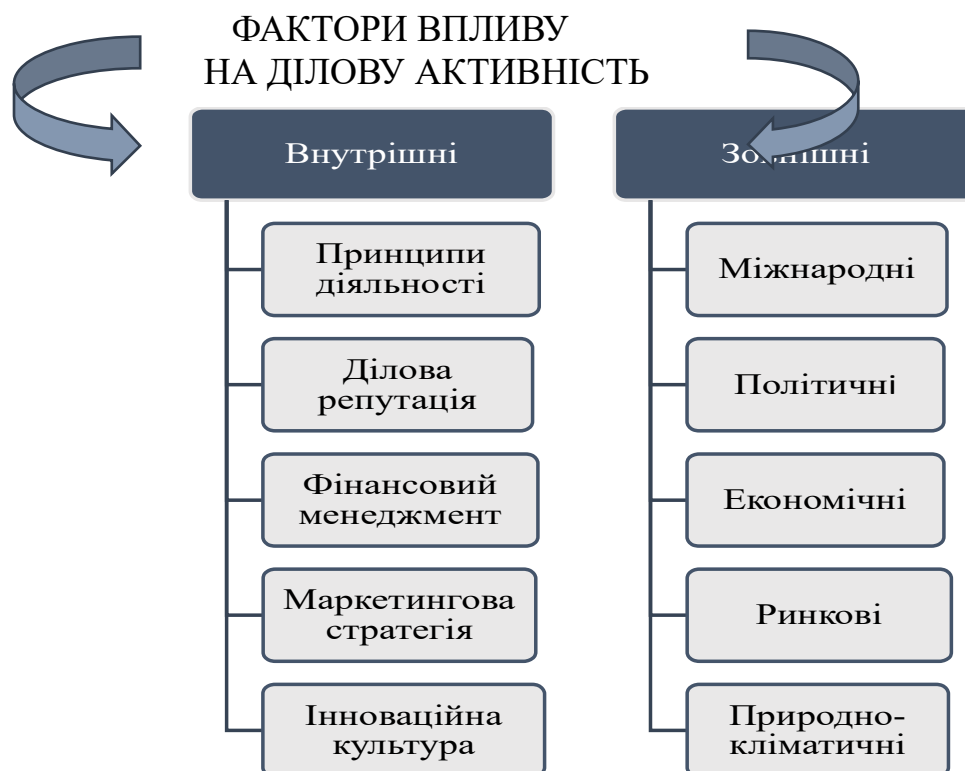


Рисунок 1.1 – Фактори впливу на ділову активність підприємства

Джерело: формалізовано за даними [9; 10]

Внутрішніми драйверами є інноваційне лідерство, фінансові цілі та інстинкти виживання. Зовнішні чинники складаються з технологічної еволюції, економічної реальності, суспільних рухів і вимог клієнтів. Розрізняють зміст підприємницької діяльності, але вони не суперечать один одному через необхідність узгодження стратегічних цілей підприємства в певній ієрархії досягнення. Ділову активність можна констатувати відповідно до реалізації стратегічних завдань організації та поточної господарської діяльності. У першому випадку під підприємницькою діяльністю розуміється комплекс управлінських технологій, спрямованих на просування компанії на фінансових ринках. У другому під цим терміном розуміється поточна виробничо-комерційна діяльність підприємства, спрямована на підвищення конкурентоспроможності та ефективності.

Зміни потрібні, коли поточна бізнес-діяльність не генерує прибутку, необхідного для підтримки прибутку. Підприємства, які змінюються на ранній

стадії, мають шанс розробити нові напрямки отримання прибутку. Економіка може створити більше галузевих змін. У контексті економічних умов під час пандемії багато ритейлерів звертаються до стратегій знижок, щоб залучити більш економних покупців. Проблема такого роду реактивних змін полягає в тому, що важко відновити якісний образ, коли економіка покращується.

«Ділову активність можна оцінити за низкою показників. Вона є об'єктом економічного аналізу в оцінці підприємницької діяльності, будучи найважливішою характеристикою функціонування комерційної організації» [1, с.19]. Крім того, підприємницька діяльність пов'язана з іншими основними характеристиками підприємства.

Перш за все, слід назвати вплив підприємницької діяльності на фінансову стійкість, інвестиційну привабливість та кредитоспроможність. Висока ділова активність будь-якого підприємства мотивує потенційних інвесторів здійснювати операції з активами цього підприємства.

Інформаційною базою для аналізу підприємницької діяльності традиційно є фінансова звітність організації як формальний документ про фінансову діяльність і стан підприємства. Звіт про фінансові результати зосереджується на доходах компанії та витратах за певний період. Якщо з доходів відняти витрати, то виходить прибуток компанії – чистий дохід. Для внутрішнього аналізу також можуть використовуватися дані синтетичного та аналітичного обліку.

Таким чином, ділову активність можна віднести до процесу сталої господарської діяльності організації, мотивованої макро- та мікрорівнем управління, спрямованої на забезпечення її позитивної динаміки, підвищення ефективності використання ресурсів і зайнятості з метою досягнення конкурентоспроможності ринку. Сучасні підприємства відрізняються за напрямками інвестиційної діяльності. Деякі підприємства можуть отримати вартість від інвестицій в активи. Це відомі підприємства.

Усі підприємства діляться на дві категорії. Це торгівля і промисловість. Комерція стосується діяльності з торгівлі товарами або послугами. З їх

створенням пов'язана промисловість. Ділова активність означає використання матеріальної ефективності, фінансових, трудових та інших ресурсів на всіх етапах господарської діяльності та характеризує якість управління, можливість економічного зростання та фондоозброєність підприємства. Ділова активність комерційного підприємства виявляється в динамічності його розвитку, досягненні поставлених цілей.

Під підприємницькою діяльністю розуміється вся господарська діяльність, пов'язана з виробництвом товарів і послуг і забезпечує отримання прибутку. Усі бізнес-діяльності залежать одна від одної, щоб забезпечити постійний процес. Макроекономічні фактори впливають на ділову активність суб'єктів господарювання, тому може формуватися або сприятливий «бізнес-клімат», стимулюючий умови для активної поведінки суб'єкта господарювання, або передумови для згасання ділової активності. Велике значення мають і фактори внутрішнього характеру, які контролюються керівництвом організацій (удосконалення договірної роботи, навчання в галузі управління, бізнесу та планування, розширення можливостей отримання інформації у сфері маркетингу тощо)» [2, с. 66].

Характеристики ділової активності підприємств часто пов'язані з певними заданими темпами економічного розвитку підприємства, які забезпечуються сукупністю мотивованих дій і ефектів. Основними характеристиками бізнесу є: купівля та продаж; економічна діяльність; мотив прибутку; безперервний процес; задоволеності клієнтів; креативний і динамічний; ризик і невизначеність і соціальна активність. Підприємництво – це економічна діяльність із виробництва товарів і послуг, а також їх розподілу.

Темпи економічного розвитку свідчать про ефективність підприємницької діяльності. Показники діяльності та ефективності визначають здатність компанії ефективно використовувати свої ресурси. Аналітики розглядають такі показники як показники ефективності управління. На макрорівні вони не враховують якісну сторону підприємницької діяльності, тобто рівень мотивації працівників, оцінку ефекту підприємця в бізнесі.

Багато компаній визначають основні бізнес-цілі щодо показників ефективності та діяльності. Вони можуть запускати ініціативи, спрямовані на покращення обороту запасів. Підприємці намагаються посилити оборотність активів шляхом розпродажу, наприклад, дорогої нерухомості. Економіку країни можна охарактеризувати як сукупність господарських зусиль окремих суб'єктів господарювання. Таким чином, «ділову активність можна представити як зусилля працівників підприємства, спрямованих під впливом певного рівня мотивації збільшення оборотності оборотних засобів, який формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів виробництва, а також розвинутого регіону економічної та соціальної інфраструктури» [1, с. 18].

Результати діяльності підприємств можна оцінити за різними показниками, такими як обсяг продажів, обсяг виробництва, прибуток. Але ці показники не здатні оцінити ефективність діяльності підприємства, характеризуючи фінансовий або виробничий результат. Оскільки ці показники є абсолютними характеристиками діяльності підприємства і «їх правильна інтерпретація щодо оцінки ефективності може бути здійснена з іншими показниками, що характеризують кошти, вкладені в підприємство» [9, с. 134].

1.2 Критерії та показники оцінювання ділової активності підприємства

Аналіз показників ділової активності - це процес виявлення всіх регулярних процесів в організації та визначення того, які зміни необхідно внести, щоб підвищити загальну цінність, прибутковість. Якщо розглядати повсякденні завдання фінансового аналізу, то можна сказати, що така робота включатиме спостереження за діяльністю різних департаментів, збір інформації від співробітників, дослідження результатів роботи. Аналізуються як окремі

відділи, так і вся організація загалом, задля впровадження покращень на кожному рівні.

Оцінка ділової активності підприємства починається зі *збору інформації*. Частина працівників самостійно надає зворотний зв'язок через електронну пошту, але іноді аналітику фінансової служби доводиться самому шукати необхідні дані. Працівник може запросити бухгалтерські та інші фінансові документи. Також аналітик вивчає дані відділу продажу, складського департаменту.

Після того, як інформацію зібрано, настає наступний етап — розрахунок показників ділової активності. Отримані цифри використовуватимуться визначення проблемних областей, наприклад, непотрібної витрати ресурсів, певних умов, що призводять до уповільнення виробництва. Ретельний аналіз включає вивчення кожного виду діяльності.

Показники ділової активності організації можуть використовуватися інвесторами, бізнес-аналітиками для подальшого планування роботи, збільшення продуктивності. Після того, як проблемні області будуть виявлені та проаналізовані, наступний крок — це створення методів підвищення ефективності.

Для аналізу ділової активності підприємства використовують різні коефіцієнти. Їх можна надавати зовнішнім незалежним аудиторським компаніям, власним аналітикам. В ідеалі, на підставі показників ділової активності підприємства мають бути поставлені нові цілі діяльності. Аналіз можна повторювати раз на квартал чи півріччя. Динаміка показників ділової активності вкаже, чи у правильному напрямі рухається організація.

Методи загальної оцінки ділової активності організації зводяться до розрахунку певних коефіцієнтів [15-22]. Причому вихідні дані може бути ідентичними, відрізняється лише метод підрахунку.

1. Коефіцієнт оборотності активів - демонструє, наскільки результативно організація може використовувати свої активи для максимізації продажів. Цей коефіцієнт ділової активності підприємства дозволяє розрахувати відсоток

чистих продажів від активів, показати, скільки прибутку від продажів припадає на кожну копію активів компанії.

Коефіцієнт оборотності активів розраховується шляхом поділу чистої виручки від продажів (ВР) на середньорічну загальну суму активів ($A_{\text{ср}}$).

$$K_A = \text{ВР} / A_{\text{ср}} \quad (1.1)$$

Високий показник завжди вважається сприятливішим, тому що відображає, наскільки результативно підприємство використовує свої активи для генерації прибутку. Маленькі значення вказують на те, що організація не використовує свої ресурси якнайкраще і, ймовірно, має проблеми з управлінням або виробництвом. Коефіцієнт оборотності активів часто вивчається та запитується інвесторами для порівняння різних підприємств в одному секторі.

2. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів - демонструє, наскільки результативно організація застосовує свій оборотний капітал для підтримки фактичного рівня продажів. Оборотний капітал - це поточні активи за вирахуванням поточних зобов'язань.

Позитивний показник ділової активності компанії вказує на те, що керівництво ефективно використовує короткострокові активи та зобов'язання фірми для підтримки операційної діяльності. А ось низьке значення демонструє, що бізнесмен інвестує необґрунтовано багато, має великий обсяг дебіторської заборгованості та товарно-матеріальних запасів для підтримки рівня продажу. Це зрештою може призвести до надмірної кількості безнадійних боргів та списання застарілих чи зіпсованих на складі товарно-матеріальних цінностей.

Щоб розрахувати цей фінансовий коефіцієнт ділової активності, необхідно поділити чистий обсяг продажу (ВР) на оборотний капітал (ОБК). Розрахунок зазвичай провадиться на кварталній основі або за останні 12 місяців.

$$K_{\text{ОБК}} = \text{ВР} / \text{ОБК} \quad (1.2)$$

3. Коефіцієнт оборотності дебіторську заборгованість - демонструє, чи ефективно підприємство справляється зі збором платежів. Якщо гроші не

надходять від клієнтів так, як це очікувалося і спочатку було узгоджено, то грошовий потік може вичерпатися. І навпаки, при ефективному управлінні збором коштів, денний потік стає більш передбачуваним, витрати на непередбачені платежі знижуються, а фінансовий баланс загалом залишається позитивним, що є дуже важливим фактором, коли компанія прагне отримати кредит для інвестування у нові розробки.

Цей показник оцінки ділової активності розраховується шляхом поділу виручки від продажу на середньорічну (середньоквартальну або середньомісячну) дебіторську заборгованість ($ДЗ_{\text{сеп}}$). Середня дебіторська заборгованість розраховується як сума дебіторської заборгованості початку і кінця встановленого періоду часу (зазвичай розраховується щомісяця, щокварталу чи щорічно), поділена на два.

$$K_{\text{ДЗ}} = \text{ВР} / \text{ДЗ}_{\text{сеп}} \quad (1.3)$$

Позитивним показником оцінки ділової активності організації є високий коефіцієнт. Однак фінансові аналітики говорять про те, що оборотність дебіторської заборгованості слід розглядати в контексті напряму бізнесу. Зазвичай компанії з високим оборотом дебіторки належать до сфери роздрібно́ї торгівлі.

4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості - демонструє, чи організація здійснює оплати за своїми боргами партнерам і постачальникам. У щорічному бухгалтерському балансі цей показник відноситься до базових, він також дозволяє оцінити ліквідність та якість управління грошовими потоками.

Експерти з фінансів, бухобліку розраховують коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості шляхом поділу виручки від продажу на середній залишок кредиторської заборгованості за аналогічний період ($\text{КрЗ}_{\text{сеп}}$).

$$K_{\text{КрЗ}} = \text{ВР} / \text{КрЗ}_{\text{сеп}} \quad (1.4)$$

Високе значення показує, що організація оплачує виставлені рахунки оперативно та у обсязі. Але при низькому показнику оцінки ділової активності підприємства можна припустити, що топ-менеджмент допускає прострочення

платежів, не використовує фінансові ресурси підприємства стратегічно правильно.

Підприємства, які повністю спираються на запозичені кошти, часто прагнуть вищого коефіцієнту, адже партнери, постачальники та кредитори вимагають надати показник для оцінки ризику, на який вони йдуть, позичаючи власні гроші.

5. Коефіцієнт оборотності запасів - показник, що характеризує ділову активність організації, порівнює виручку від продажу із середньою вартістю запасів за звітний період ($Z_{\text{сер}}$). Формула: виручка від проданих товарів поділена на середню вартість запасів (1.5).

$$K_3 = BP/Z_{\text{сер}} \quad (1.5)$$

При загальній оцінці ділової активності організації важливо приділяти увагу ланцюжку поставок. Високий коефіцієнт оборотності означає, що компанія швидко витрачає свої запаси. Можна зробити висновок, що налагоджено настільки хороший і безперебійний ланцюжок поставок, що товари без проблем надходять до магазинів і складів. А ось низьке значення оборотності запасів означає, що бізнесу доводиться утримувати товари на складах протягом тривалого періоду часу. Критично низький рівень може сигналізувати необхідність додаткового контролю, оскільки непродані товари можуть з часом знецінитися, зіпсуватися. Одночасно з цим судять про збільшення витрат на зберігання.

Під час аналізу необхідно враховувати всю систему показників ділової активності. Адже сам собою коефіцієнт оборотності запасів необов'язково вказує на високу прибутковість і стійкість підприємства. Деякі компанії, що випускають та продають предмети розкоші, ювелірні вироби, дизайнерський одяг та меблі, матиме дуже тривалий час обороту та низькі контрольні значення порівняно з іншими галузями. Тим не менш, ці організації зазвичай продають продукцію з високим прибутком, тому можуть бути такими ж фінансово стійкими, як мережа продуктових магазинів з високим коефіцієнтом оборотності запасів.

Розрахунок ділової активності підприємства є дуже важливим. Правильно розрахований набір показників можна використовувати для прогнозування продажів. З їх допомогою досвідчений економіст може передбачати кількість днів, що знадобиться, перш ніж компанія продасть свої запаси. Стануть в нагоді дані цих показників і при формуванні стратегії ціноутворення. Якщо склади компанії наповнені надлишковими запасами, доведеться знизити ціни, щоб забезпечити більш високий коефіцієнт оборотності запасів. Надмірна кількість запасів може завдати фінансових збитків компанії через амортизацію та старіння.

Усі перелічені показники допомагають планувати грошовий потік. Коефіцієнти оборотності запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості дозволяють економістам зрозуміти, який обсяг грошей і коли зайде у прихід/витрати. За стабільної та передбачуваної оборотності запасів, активів, фінансів компанія може адекватно оцінювати свої ресурси і на основі цього планувати нові проекти.

Результати економічного аналізу можна використовувати для підвищення ефективності, результативності повсякденних операцій. Наприклад, за допомогою автоматизації, повної заміни існуючих процесів, передачі на аутсорсинг регіонів з нижчими витратами, злиття та поділу процесів.

Необхідно визначити не тільки основні показники обороту, необхідні для аналізу ділової активності, але й такі показники, як: дохід від усіх активів, прибуток від основних засобів, рентабельність власного капіталу. Позитивною стороною цієї системи є визначення конкретних показників оборотності, аналіз яких дозволяє проводити комплексну оцінку ділової активності.

Необхідно також визначити якісні та кількісні критерії для оцінки ділової активності. Якісні критерії включають: ринок збуту, експортний потенціал продукції, фінансова діяльність, ринок праці, конкурентоспроможність товару. Ділова репутація, стабільні відносини клієнтами та інші. Кількісна оцінка може проводитись двома

способами: виконання плану за основними показниками, досягнення темпів зростання; рівень ефективності використання ресурсів організацією.

Ця система показників враховує реалізацію запланованих заходів та ефективності використання ресурсів. Його суттєвою перевагою є виявлення якісних показників для оцінки економічної діяльності, без яких, на наш погляд, не може бути проведена комплексна оцінка ділової активності. Але критерії оцінки цих показників не визначено.

Кількісні критерії можна поділити на абсолютні та відносні. До абсолютних відносяться: обсяг продажу, прибуток, вартість капіталу. До відносних належать: коефіцієнт оборотності та показники рентабельності активів та капіталу. Вибір таких показників, як прибуток і продаж повністю виправданий, оскільки вони можуть бути використані для більш комплексного аналізу господарської діяльності.

Таким чином, аналіз ділової активності підприємства розглядається багатьма дослідниками як аналіз показників оборотності. Можна розглянути зовсім інший підхід до цієї проблеми. Деякі дослідники виділяють три типи підприємницької діяльності: виробництво, технічна та економічна діяльність — фінансово-комерційна діяльність. Наприклад, виробнича діяльність безпосередньо з виробництвом товару; технічна та економічна діяльність пов'язана із загальною технічною та технологічною підготовкою виробництва; фінансово-комерційна діяльність пов'язана з продажами, кінцевими фінансовими результатами, інвестиційною діяльністю підприємства та фінансовим управлінням.

Кожен із запропонованих видів господарської діяльності має свої власні індикатори для оцінки ділової активності:

1. Виробнича діяльність (продуктивність праці).
2. Технічна та економічна діяльність (фондовіддача, ефективності використання енергії, коефіцієнта оборотності оборотних активів, рентабельність активів, рентабельність інвестицій).

3. Фінансова та комерційна діяльність (рентабельність продажів, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт власних коштів).

Загалом, слід зазначити, що нині немає загальноприйнятої системи показників з метою оцінки ділової активності. Автори існуючих методологій пропонують різні системи показників з метою оцінки ділової активності. Кожен з них має свої переваги та недоліки, але зазначимо, що аналіз ділової активності неможливий без урахування показників оборотності, що дозволяє аналізувати швидкість активів та зобов'язань у обігу капіталу.

1.3 Напрямки підвищення ділової активності підприємства

Ділова активність підприємств є однією з центральних чинників ефективності ринкової економіки. В умовах ринкових відносин діяльність підприємств із випуску та реалізації продукції, переважно, визначається співвідношенням між попитом і пропозицією продукції. Отже, випускати продукцію, відповідну суспільним і особистим потребам, пошук споживачів є одним із головних завдань, які стоять перед підприємством. У зв'язку з цим розвиток ділової та ринкової активності підприємства визначає рівень його фінансового стану.

Основні напрями підвищення ділової активності підприємства представлені на рис.1.2. У ході виробничої діяльності, якщо термін перетворення готової продукції на дебіторську заборгованість затягується, у підприємства може виникнути потреба у додаткових джерелах фінансування, які можуть бути представлені власними (передплата покупців), іншими надходженнями (носить разовий характер) або позиковими коштами (тобто короткострокові кредити банків). Затримка платежів від однієї чи кількох

великих покупців може створити істотні труднощі у підприємства і цим самим знизити його ділову активність.

Постійне залучення короткострокових кредитів для підприємства призводить до відсутності фінансових проблем у разі запізнення платежу. При цьому слід враховувати важливу вимогу фінансової стабільності: умови залучення кредиту повинні бути вигіднішими за ті умови, на яких саме підприємство їх надає. Оскільки, по суті, дебіторська заборгованість є безкоштовним кредитом покупців, вона має «зрівнюватися» такими ж безкоштовними кредитами постачальників.



Рисунок 1.2 – Напрями підвищення ділової активності підприємства в контексті ресурсозбереження

Джерело: формалізовано на основі [11]

Отже, одним із найважливіших критеріїв фінансової стабільності є те, що підприємство має вивчати тривалість періоду, протягом якого виробничий цикл обслуговується капіталом кредитора. Причому слід враховувати, що зниження цього періоду потребує вжиття термінових заходів щодо стабілізації фінансового стану. Це можна досягти, скорочуючи термін зберігання запасів,

удосконаленням платіжної дисципліни покупців. Причому ця робота має обов'язково проводитися спільно з контролем строків утворення дебіторської заборгованості, проведенням заходів щодо стягнення, можливим використанням системи знижок.

Якщо помітним є суттєвий відтік коштів, пов'язаний із витратами зберігання запасів, то необхідно чітко і грамотно у кожному окремому випадку визначити і підтримати оптимальний розмір виробничих запасів. У той же час мінімізація витрат на підтримку запасів на належному рівні виявляється неефективною і призводить до втрат запасів і простоїв через їх нестачу, їх брак або недостатнє постачання.

У разі грамотного ведення процесу виробництва не можна допустити ймовірність і можливість стихійного формування запасів. Тобто на підприємстві має бути налагоджена система контролю та аналізу запасів. У виробничій діяльності слід враховувати наявність страхового запасу продукції на складі (причому у кожного підприємства його величина індивідуальна). У той же час його відсутність може призвести до виникнення прихованих втрат, пов'язаних з тим, що термінове (і часто вигідне замовлення) може бути відхилене і не виконане.

Отже, для ефективного управління оборотними коштами та підвищення ділової активності організації необхідно мати внутрішні механізми управління запасами, готової продукції та дебіторської заборгованості, зокрема:

- для ефективного контролю запасів необхідно визначити оптимальний обсяг та частоту замовлень. Для найбільш значних і дорогих видів сировини доцільно визначити найбільш раціональний розмір замовлення та встановити величину резервного (страхового) запасу [2].

- управління запасами готової продукції на складі доцільно здійснювати з урахуванням аналізу запитів споживачів і виробничих можливостей, з допомогою якого можна визначити найбільш раціональний графік надходження готової продукції на склад і розмір страхового запасу.

- для запобігання зайвої імобілізації грошових коштів у запасах, так і втрати замовлень через відсутність необхідних товарів на складі, необхідно визначити та контролювати мінімальний незнижуваний залишок та прийнятну оборотність товарів з урахуванням попиту та умов закупівлі, доставки, зберігання, а також запровадити процедуру резервування товарів під клієнта.

З погляду ділової активності надлишок і брак коштів негативно впливає на фінансовий стан підприємства. За наявності надлишкового грошового потоку виникає втрата реальної вартості тимчасово вільних коштів у результаті інформації, при цьому втрачається частина доходу від неефективно використовуваних коштів у різних видах діяльності, водночас уповільнюється оборотність капіталу.

У цій ситуації необхідно гроші запускати у виробничий обіг на [27]:

- розширення виробництва;
- оновлення основних засобів;
- інвестування в інші прибуткові проекти;
- дострокового погашення кредиту з метою мінімізації витрат на обслуговування боргу.

Дефіцит коштів має також й негативні наслідки для підприємства. Так, можуть виникнути проблеми зі своєчасною сплатою кредитів, оплатою кредиторської заборгованості. Причому зменшити дефіцит коштів рекомендується за допомогою заходів, спрямованих на прискорення надходження коштів і уповільнення їх виплат. Прискорити надходження коштів можна, шляхом переходу на часткову або повну передоплату, збільшення знижок з ціни при покупці за готівку. Уповільнення виплати коштів можна досягти за допомогою купівлі довгострокових активів за умов лізингу, збільшення термінів надання підприємству товарного кредиту з урахуванням домовленості з постачальниками.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТОВ «МАРС УКРАЇНА»

2.1 Характеристика господарської діяльності підприємства

Дослідження практичних аспектів ділової активності зроблено за матеріалами ТОВ «Марс Україна», яке працює на українському ринку продовольчих виробів. Дана компанія є дочірньою світової корпорації MARS (*MARS International AG*), штаб квартира якої знаходиться у штаті Вірджинія, США. Станом на кінець 2023 р. корпорація MARS працює у 65 країнах світу, а чисельність працюючих світового гіганту – більше 140 тис.осіб. Виробничі потужності перевищили 70 заводів, які розташовуються у різних країнах світу. У 2022 р. корпорації MARS була лідером світового ринку кондитерських виробів з часткою 21,5% (від вартісних обсягів продажу) (рис. 2.1).

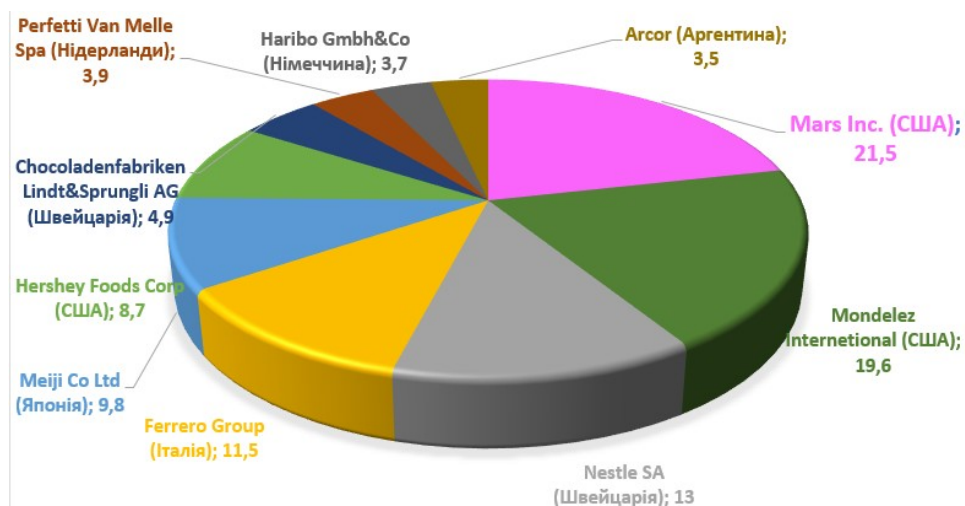


Рисунок 2.1 – Розподіл світового ринку кондитерських виробів між основними гравцями (дані 2023 р.)

Джерело: дані управлінського звіту компанії та [29]

Частка найближчого конкурента американської компанії Mondelez становила 19,6%. За інформацією різних інформаційних джерел компанії MARS та

Mondelez за натуральними обсягами продажу займають приблизно однакові ринкові позиції та працюють на одних і тих ринках світу.

В управлінському звіті корпорації MARS зазначається, що незважаючи на ринкові лідерські позиції, в рейтингу компаній за продуктивністю праці позиція компанії є передостанньою, поступаючи світовим гігантам, які характеризуються меншими обсягами продажу (рис. 2.2). Слід зазначити, що по різних країнам даний показник має різні значення, проте усереднені дані у разі є меншими ніж у окремих конкурентів.

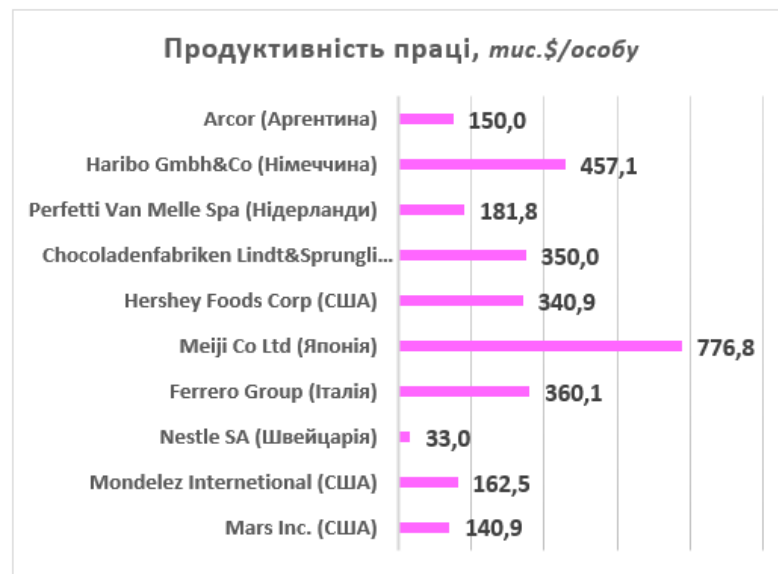


Рисунок 2.2 – Рейтинг світових виробників кондитерських виробів за критерієм продуктивності праці (дані 2022 р.)

Джерело: дані управлінського звіту компанії та [29]

В Україні компанія ТОВ «Марс Україна» була зареєстрована у 1998 р., хоч а зайшла на ринок у 1994 р. На даний момент в Україні немає заводів, що виробляють продукцію компанії. Відповідно торгівля продукцією компанії здійснюється за рахунок імпорту з Угорщини. У 2007 р. менеджмент компанії активно обговорював проєкт будівництва заводу в Україні, проте позитивне рішення так і не було ухвалено. Це пояснювалося тим, що інвестиційні умови в бізнес-середовищі України не є сприятливими для того, щоб інвестувати у реальні активи.

На теперішній час ТОВ «Марс Україна» працює у трьох продуктових напрямках. Це кондитерські вироби, жувальні гумки та корми для тварин. Результати розрахунку структури реалізації продукції у вартісному вимірюванні (рис. 2.3) дозволяють зробити висновок, що основним видом продукції компанії є кондитерські вироби. І хоча їх частка у структурі реалізації є спадною, саме ця група товарів залишається основною для компанії ТОВ «Марс Україна».



Рисунок 2.3 – Показники структури реалізації продукції ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розрахунки зроблено за даними управлінського звіту

Суттєві зміни відбулися у структурі реалізації для такої товарної групи як корми для тварин. Так, якщо до 2023 р. ця група продукції в продажах компанії характеризувалася найменшою часткою, то у 2023 р. товари даної групи зайняли 2 позицію після кондитерських виробів. Ця тенденція була досить закономірною, так як частка товарів даної групи постійно зростала на фоні спадних тенденцій для інших товарних груп.

Результати аналізу змін обсягів продажу продукції ТОВ «Марс Україна» у вартісному вимірюванні (рис. 2.4) свідчать про те, що спадною динаміка була у 2020 р. та 2022 р. 2020 р. – це перший рік глобальної пандемії CoVid-19, а 2022 р. – це рік повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Обидва періоди характеризуються як кризові для бізнесу не тільки ТОВ «Марс Україна». Проте,

вже у 2021 р. та 2023 р., коли бізнес адаптується до зовнішніх умов бізнес-середовища, тенденція продажів є зростаючою.

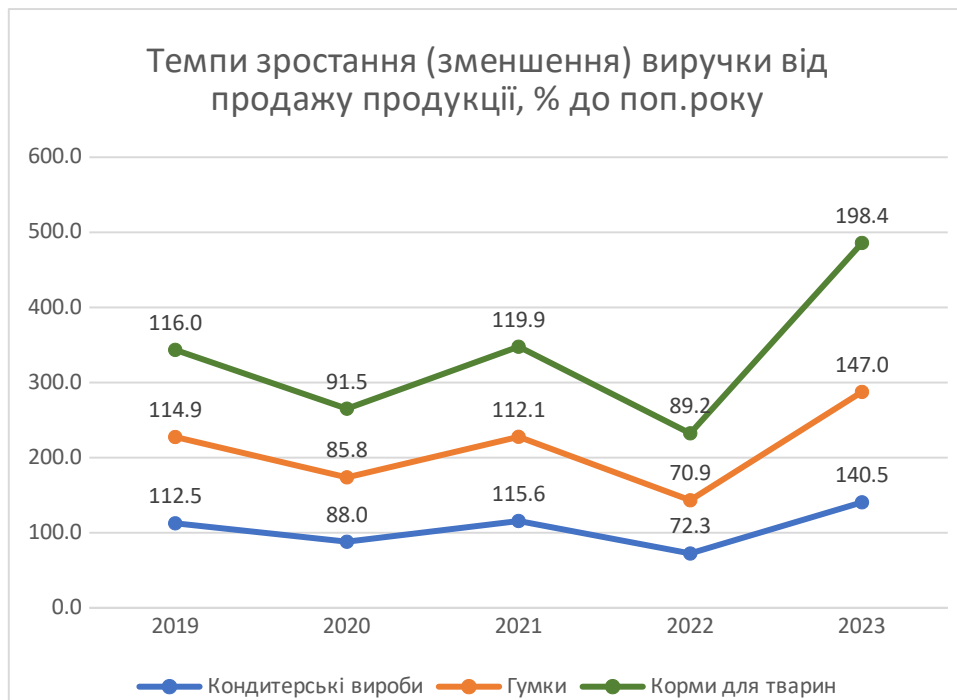


Рисунок 2.4 – Показники змін виручки від реалізації продукції ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розрахунки зроблено за даними управлінського звіту

Слід зазначити, що у 2023 р. чистий дохід ТОВ «Марс Україна» за своїм абсолютним значенням (4386 млн.грн) був найбільшим за увесь період дослідження (2019 – 2023 рр.) (рис. 2.5). У 2022 р. відбулося зменшення чистого доходу на 24,% порівняно з 2021 р., проте у 2023 р. зростання на 55% зумовило найвище значення відповідного показника за 2019 – 2023 рр. У 2023 р. чистий дохід перевищував відповідне значення показника у 2019 р. у 1,18 рази.

Більшість продукції компанії ТОВ «Марс Україна» реалізується через торгові мережі. Частка таких продажів у загальній величині має зростаючу динаміку. Так, якщо у 2020 р. через торгові мережі продавалося 52% продукції компанії, то у 2022 р. це показник сягнув 61% (рис. 2.6). Продукція таких брендів як Twix, Snickers, Mars, Milky Way, M&M's, Bounty, ін. представлена на полицях усіх торгових мереж в Україні, а рівень впізнання саме цих брендів перетнув відмітку у 90%.



Рисунок 2.5 – Показники чистого доходу ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розрахунки зроблено за даними фінансової звітності

Незважаючи на зменшення частки продажів продукції компанії через дистриб'юторів, слід зазначити за абсолютними значеннями продажі також демонструють зростаючу динаміку.

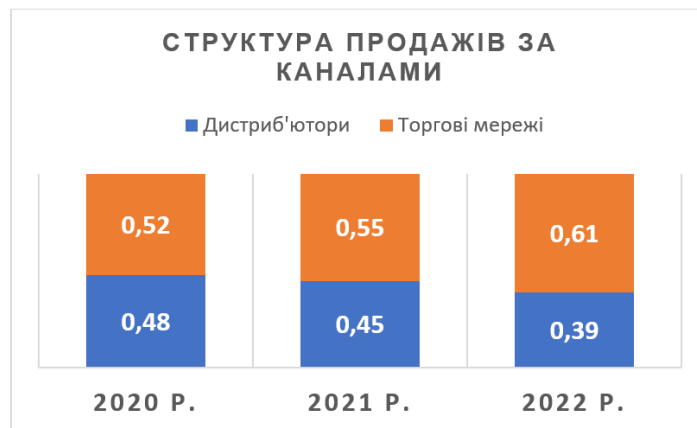


Рисунок 2.6 – Показники структури продажів за каналами реалізації продукції ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розрахунки зроблено за даними управлінської звітності

В цілому слід зазначити, що компанія досить успішно працює на українському ринку, постійно розширюючи масштаби діяльності бізнесу, продуктивний портфель та клієнтську базу. В компанії ТОВ «Марс Україна» протягом багатьох років реалізується досить ефективна стратегія «Добробуту та

Здоров'я», яка спрямована на підтримку персоналу компанії як її ключового стратегічного ресурсу. Ключовими концептами даної стратегії є добробут кар'єри, фізичний, фінансовий та соціальний добробут, а також психічне здоров'я. Менеджмент компанії вважає, що саме за рахунок реалізації цієї стратегії компанії дається забезпечити антикрихість та адаптуватися до викликів зовнішнього бізнес-середовища.

2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Марс Україна»

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства буде зроблено за такими напрямками: аналіз динаміки та структури активів і джерел їх формування; аналіз фінансового ризику; аналіз ліквідності та платоспроможності компанії [30].

Аналіз динаміки та структури активів і джерел їх формування. За результатами горизонтального аналізу активів ТОВ «Марс Україна» (табл. 2.1) можна зробити висновок, що протягом 2019 – 2023 рр. балансова величина активів зростає на 77%. Найбільшим є зростання за рахунок збільшення величини дебіторської заборгованості. Так, у 2023 р. порівняно з 2019 р. величина приросту становила 422,9%, тобто більше ніж у 5 разів. Зростання запасів відбувалося нерівномірно. В основному у кризові роки, це 2020 р. та 2022 р., їх величина зростала. А коли ситуація була сприятливою, то зменшувалася внаслідок того, що зростали продажі компанії. Нерівномірність змін величини активів пояснюється аналогічною тенденцією для оборотних активів, так як частка оборотних активів у їх загальній величині становить більше 90% (рис. 2.7).

Якщо характеризувати джерела формування активів, то результати горизонтального аналізу (табл. 2.2) та структури (рис. 2.7) дозволяють говорити про те, що у структурі капіталу відбулися суттєві зміни.

Таблиця 2.1 – Показники змін активів ТОВ «Марс Україна»

Показники	Значення					Абсолютна зміна					Темпи приросту (зменшення)				
	2019	2020	2021	2022	2023	до поп. року				2023 до 2019	до поп. року				2023 до 2019
						2020	2021	2022	2023		2020	2021	2022	2023	
1. Необоротні активи	66753	60794	65631	42563	72501	-5959	4837	-23068	29938	5748	-8,9	8,0	-35,1	70,3	8,6
1.1 Нематеріальні активи	1980	283	0	0	3911	-1697	-283	0	3911	1931	-85,7	-100			97,5
1.2 Основні засоби	59182	56063	60170	34025	54447	-3119	4107	-26145	20422	-4735	-5,3	7,3	-43,5	60,0	-8,0
1.3 Відстрочені податкові активи	5591	4448	5461	8538	14143	-1143	1013	3077	5605	8552	-20,4	22,8	56,3	65,6	153,0
2. Оборотні активи	1049635	807454	1055638	1193791	1906747	-242181	248184	138153	712956	857112	-23,1	30,7	13,1	59,7	81,7
2.1 Запаси	168977	231112	153941	223680	264082	62135	-77171	69739	40402	95105	36,8	-33,4	45,3	18,1	56,3
2.2 Дебіторська заборгованість	284808	281217	392284	301649	1489403	-3591	111067	-90635	1187754	1204595	-1,3	39,5	-23,1	393,8	422,9
2.3 Грошові кошти та їх еквіваленти	595850	295125	509413	668462	153262	-300725	214288	159049	-515200	-442588	-50,5	72,6	31,2	-77,1	-74,3
3. Активи	1116388	868248	1121269	1236354	1979248	-248140	253021	115085	742894	862860	-22,2	29,1	10,3	60,1	77,3

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Таблиця 2.2 – Показники змін джерел фінансування діяльності ТОВ «Марс Україна»

Показники	Значення					Абсолютна зміна					Темпи приросту (зменшення)				
	2019	2020	2021	2022	2023	до поп. року				2023 до 2019	до поп. року				2023 до 2019
						2020	2021	2022	2023		2020	2021	2022	2023	
1. Власний капітал	402456	358525	218861	563278	1275528	-43931	-139664	344417	712250	873072	-10,9	-39,0	157,4	126,4	216,9
1.1 Зареєстрований (пайовий) капітал	14300	14300	14300	14300	14300	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.2 Нерозподілений прибуток	388156	344225	204561	548978	1261228	-43931	-139664	344417	712250	873072	-11,3	-40,6	168,4	129,7	224,9
2. Позиковий капітал	713932	509723	902408	673076	703720	-204209	392685	-229332	30644	-10212	-28,6	77,0	-25,4	4,6	-1,4
2.1 Довгостроковий позиковий капітал	9193	28	11490	0	14314	-9165	11462	-11490	14314	5121	-99,7	40935,7	-100		55,7
2.2 Короткостроковий капітал	704739	509695	890918	673076	689406	-195044	381223	-217842	16330	-15333	-27,7	74,8	-24,5	2,4	-2,2
у тому числі															
2.2.1 Кредиторська заборгованість	637124	456692	820490	610591	609667	-180432	363798	-209899	-924	-27457	-28,3	79,7	-25,6	-0,2	-4,3
2.2.2 Поточні забезпечення	56729	39049	68108	62485	79739	-17680	29059	-5623	17254	23010	-31,2	74,4	-8,3	27,6	40,6
2.2.3 Інші поточні зобов'язання	10886	13954	2320	0	0	3068	-11634	-2320	0	-10886	28,2	-83,4	-100		-100,0

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

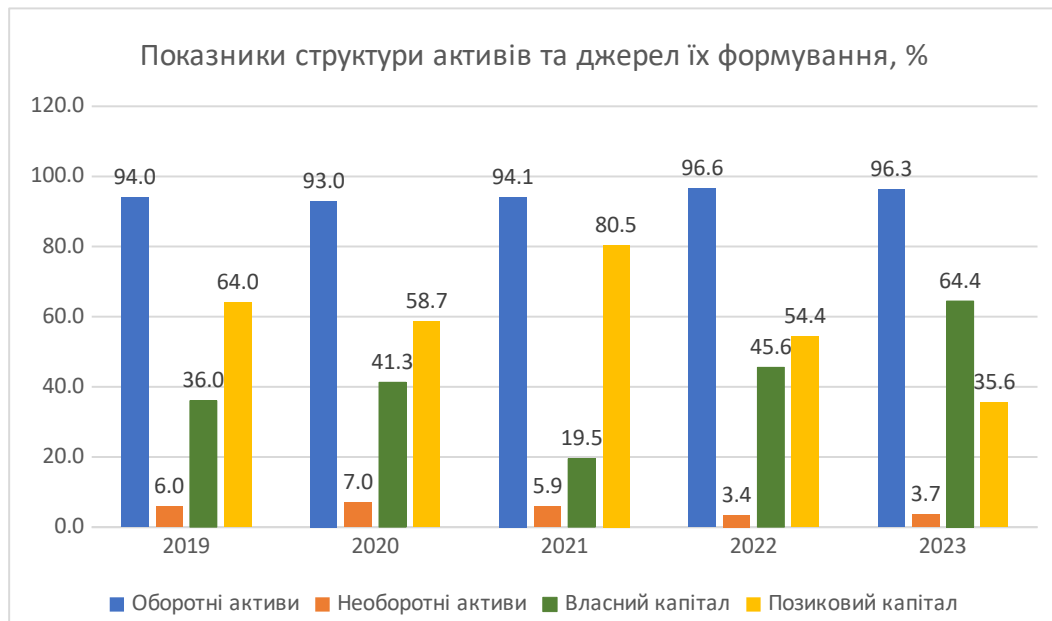


Рисунок 2.7 – Показники структури активів та джерел їх формування ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Так, якщо у 2019 р. частка власного капіталу у загальній його величині становила 36%, то у 2023 р. – 64,4%. У 2023 р. порівняно з 2019 р. величина власного капіталу зросла більше ніж у 3 рази (на 216,9%). Таке зростання зумовлено збільшенням величини нерозподіленого прибутку, який збільшився на 224,9%. Щодо позикового капіталу, то ТОВ «Марс Україна» фінансує свою діяльність переважно за рахунок короткострокових запозичень. Компанія не використовує платних позикових джерел (кредитів), а величина кредиторської заборгованості у 2023 р. порівняно з 2019 р. зменшилася на 3,4%. Фактично, зростає частка діяльності, яка фінансується за рахунок власного капіталу. Про це свідчать результати побудови трьохкомпонентної моделі фінансової стійкості, яка характеризує джерела фінансування запасів компанії (рис. 2.8). Так, за результатами розрахунків тип *фінансової стійкості* ідентифіковано як абсолютний, тобто фінансування запасів здійснюється за рахунок власних оборотних коштів.

Результати аналізу балансу *ліквідності* та сукупності коефіцієнтів ліквідності дозволяють зробити висновки щодо здатності компанії погашати заборгованість. Так, значення коефіцієнту абсолютної ліквідності протягом 2019

– 2023 рр. відповідає критичному ($\geq 0,2$), проте у 2023 р. спостерігається зниження даного показника порівняно із значеннями у досліджуваному періоді (рис. 2.9).

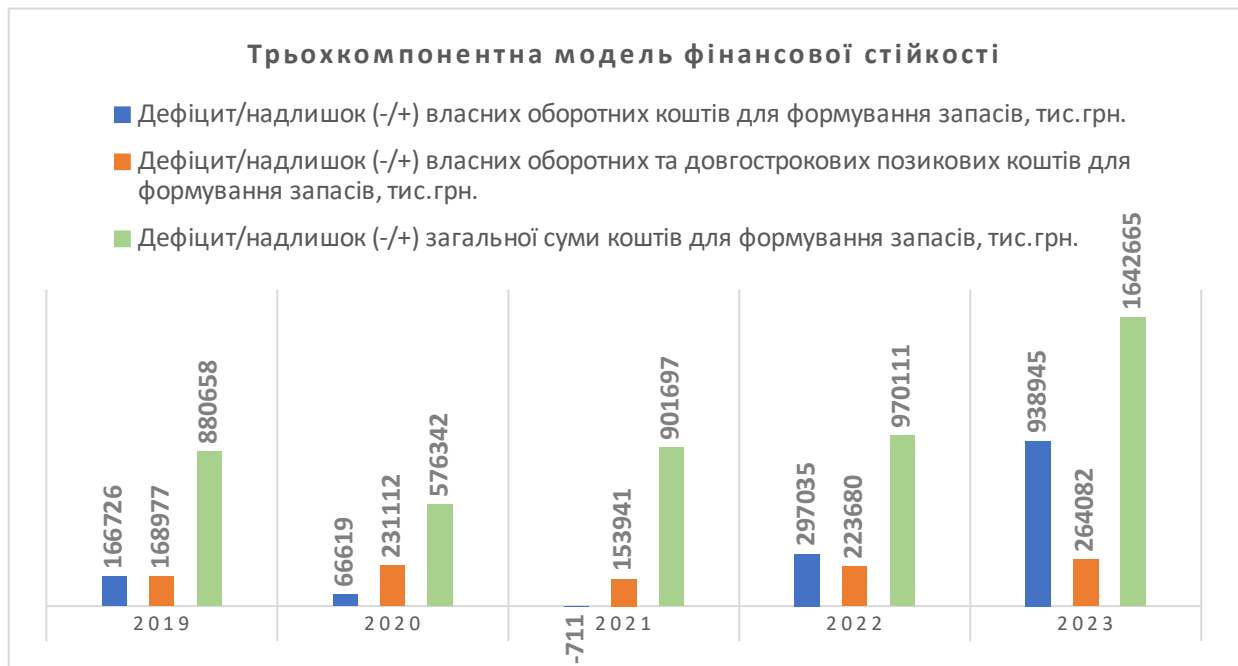


Рисунок 2.9 – Показники джерел формування запасів ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

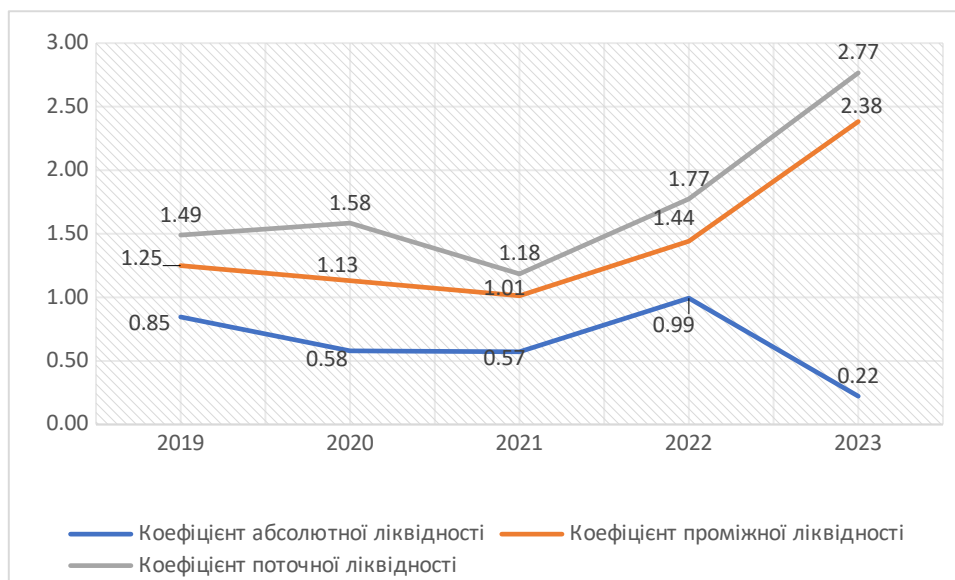


Рисунок 2.9 – Показники ліквідності ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Щодо показників проміжної ліквідності, то його фактичні значення у 2019 – 2023 рр. були більш високими порівняно з нормальними. Це пов'язано з високою величиною дебіторської заборгованості. Щодо коефіцієнту поточної

ліквідності, то він характеризується зростаючою динамікою і у 2023 р. сягає рівня нормального значення. Тобто, в цілому хоча і є відхилення коефіцієнтів ліквідності від критичних значень, компанія в цілому характеризується нормальним рівнем ліквідності. Це підтверджують і дані балансу ліквідності (табл. 2.3)

Таблиця 2.3 – Баланс ліквідності ТОВ «Марс Україна»

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
1. Найбільш ліквідні активи (A1), тис.грн.	595850	295125	509413	668462	153262
2. Середньоліквідні активи (A2), тис.грн.	284808	281217	392284	301649	1489403
3. Активи повільної реалізації (A3), тис.грн.	168977	231112	153941	223680	264082
4. Активи, що важко реалізуються (A4), тис.грн.	66753	60794	65631	42563	72501
5. Найбільш термінові зобов'язання (П1), тис.грн.	637124	456692	820490	610591	609667
6. Короткострокові пасиви (П2), тис.грн.	67615	53003	70428	62485	79739
7. Довгострокові кредити і позики (П3), тис.грн.	9193	28	11490	0	14314
8. Постійні пасиви (П4), тис.грн.	402456	358525	218861	563278	1275528
A1 – П1	-41274	-161567	-311077	57871	-456405
A2 – П2	217193	228214	321856	239164	1409664
A3 – П3	159784	231084	142451	223680	249768
П4 – A4	335703	297731	153230	520715	1203027

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Так, у 2023 р. спостерігається дефіцит лише високоліквідних активів з точки зору погашення кредиторської заборгованості (величина дефіциту 456 млн.грн). За всіма іншими статтями балансу рівень ліквідності є нормальним.

Таким чином, узагальнюючи результати аналізу фінансового стану ТОВ «Марс Україна» можна зробити висновок, що діяльність підприємства характеризується контрольованим рівнем фінансового ризику, є фінансово стійким та характеризується достатнім рівнем ліквідності.

2.3 Оцінювання ділової активності підприємства

На основі узагальнення теоретичних та методичних засад щодо визначення та оцінювання ділової активності підприємства подальша логіка її аналізу для ТОВ «Марс Україна» буде зроблена за такими напрямками:

- аналіз продуктивності діяльності підприємства;
- аналіз швидкості обороту елементного складу активів;
- аналіз прибутковості діяльності підприємства.

Продуктивність діяльності. За результатами оцінювання продуктивності функціонування активів ТОВ «Марс Україна» (рис. 2.10) можна зробити такі висновки щодо її динаміки.



Рисунок 2.10 – Показники ліквідності ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Протягом 2019 – 2023 рр. найбільш високим показник продуктивності активів був у 2019 р., найменшим – у 2022 р. Зниження продуктивності активів у 2020 р. та 2022 р. пов’язано з тим, що у цей період на фоні зростання середньорічної балансової величини активів відбулося зниження чистого доходу (рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Показники змін величини ресурсів та результатів ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Характеризуючи продуктивність власного капіталу слід зазначити, що найбільшим значення даного показника було у 2021 р. Слід звернути увагу на те, що саме цього року середньорічна величина власного капіталу була найменшою за досліджуваний період, що саме і спричинило зростання значення продуктивності власного капіталу. Щодо продуктивності праці, то у 2023 р. компанія має найвище значення показника за досліджуваний період, так як значення чистого доходу є найбільш високим протягом 2019 – 2023 рр., а чисельність працюючих хоча і зросла у 2023 р. порівняно з 2022 р., але в меншому ступені ніж чистий дохід.

Швидкість обороту оборотних активів. Результати оцінювання швидкості обороту оборотних активів, запасів та дебіторської заборгованості (рис. 2.12) дозволяють зробити такі висновки. Протягом 2019 – 2023 рр. спостерігається уповільнення швидкості обороту оборотних активів. Так, якщо у 2019 р. коефіцієнт оборотності оборотних активів дорівнював 4,2 обороти або 87 днів, то у 2023 р. цей показник сягнув значення 2,8 обороти або 130 днів, тобто тривалість обороту зросла в 1,5 рази. Така ситуація відбулася на фоні

уповільнення оборотності дебіторської заборгованості, швидкість обороту якої скоротилася з 11,3 обороти у 2019 р. до 4,9 обороти у 2023 р., тобто у 2,2 рази.

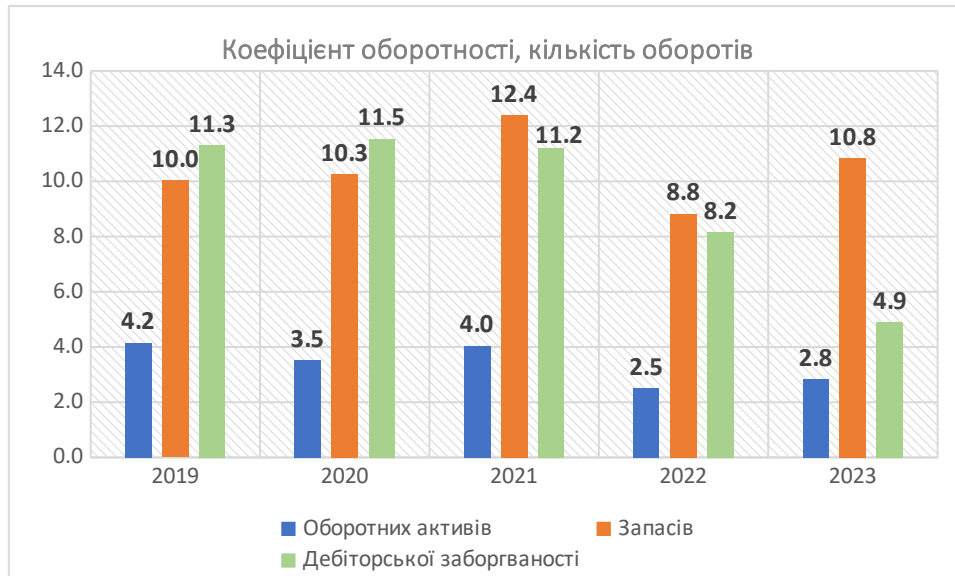


Рисунок 2.11 – Показники швидкості обороту оборотних активів ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Проте, якщо проаналізувати ситуацію щодо структури торгівельної дебіторської заборгованості з точки зору термінів її погашення, то можна дійти висновку, що переважна її частка погашається терміном до 30 днів (рис. 2.12). І лише 5,6% торгівельної заборгованості має термін погашення більше 90 днів.

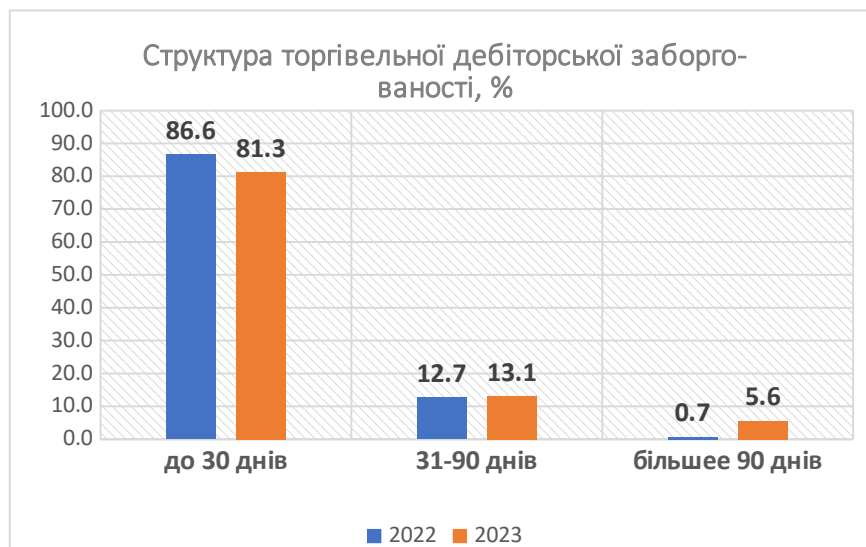


Рисунок 2.12 – Показники структури торгівельної дебіторської заборгованості за терміном її погашення

Джерело: розраховано за даними аудиторського звіту

Щодо швидкості обороту запасів, то вона залишилась майже без змін за виключенням 2022 р., коли суттєво впали продажі компанії у зв'язку з повномасштабним вторгненням РФ в Україну. У 2019 – 2022 рр. за абсолютним рівнем впливу швидкість обороту оборотних активів відігравала ключовий вплив на зміни потреби в оборотному капіталі компанії (рис. 2.13). І лише у 2023 р., коли відбулося суттєве зростання величини продажів компанії (на 55% до попереднього року), фактор чистого доходу відіграв ключового впливу на відповідні зміни.

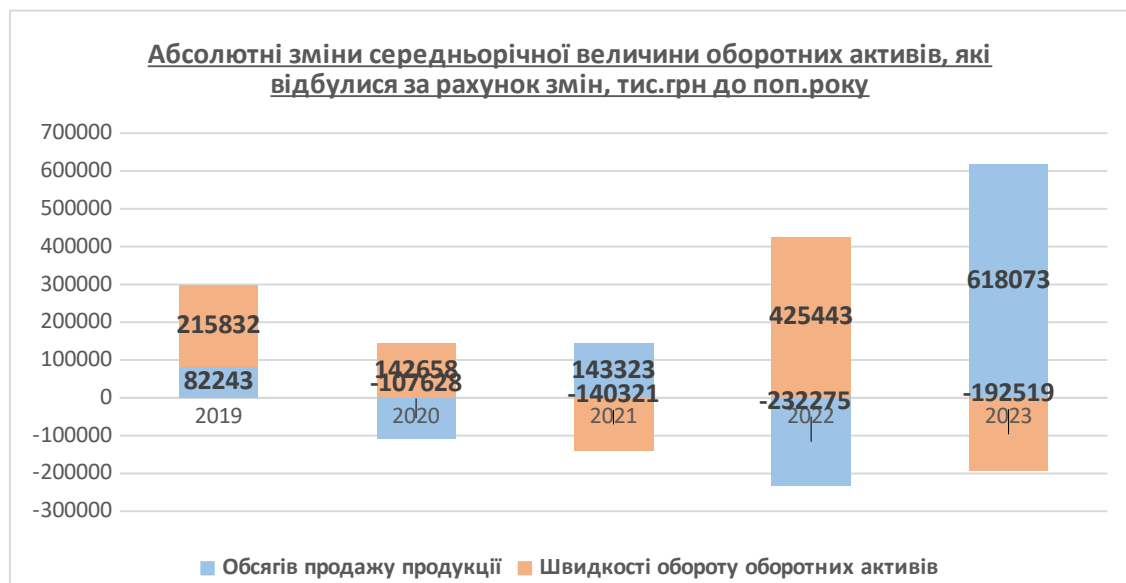


Рисунок 2.13 – Показники абсолютних змін потреби в оборотному капіталі за рахунок впливу різних факторів

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Прибутковість діяльності. Протягом 2019 – 2023 рр. досліджувана компанія ТОВ «Марс Україна» отримувала чистий прибуток. І хоча його абсолютна величина не завжди демонструвала зростаючу динаміку, слід зазначити, що навіть в складних умовах діяльність компанії була прибутковою. У 2023 р. зростання величини чистого прибутку було найбільшим за досліджуваний період 2019 – 2023 рр. і становило 2,1 рази до попереднього року (рис. 2.11). Проте слід зважати на те, що зменшення величини чистого прибутку до попереднього року було у 2020 р. на 37%, а у 2022 р. – на 18%. Чистий прибуток у 2023 р. є більшим ніж у 2019 р. у 1,76 рази.

За результатами оцінювання показників рентабельності за чистим прибутком висновки є такими. У 2023 р. показник рентабельності активів характеризувався найбільш високим значення 44,3%, яке перевищило навіть відповідний показник у 2019 р. (42,7%) (рис. 2.14).

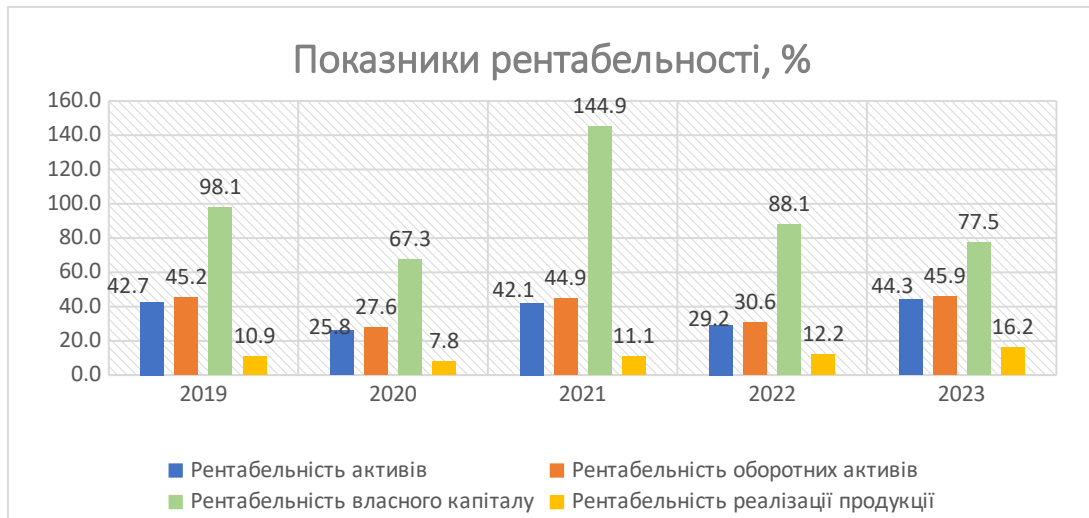


Рисунок 2.14 – Показники рентабельності ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Результати факторного аналізу даного показника (рис. 2.15) свідчать про те, що падіння продажів компанії, суттєво впливають на показники продуктивності та рентабельності реалізації, що потребує постійного фокусування на тих факторах, які мають суттєвий вплив на забезпеченні збільшення обсягів реалізації продукції ТОВ «Марс Україна».

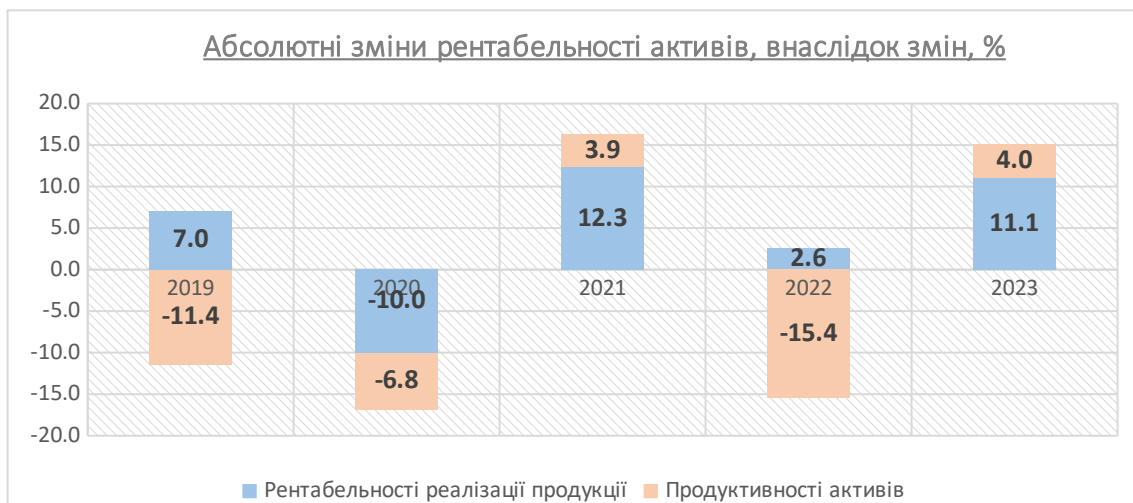


Рисунок 2.15 – Показники факторного аналізу рентабельності активів

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Характеризуючи спадну динаміку рентабельності власного капіталу з 2020 р., слід зазначити, що протягом 2020 – 2023 рр. відбулося збільшення балансової величини власного капіталу за рахунок реінвестування прибутку, що в цілому позитивно відобразилося на поточній діяльності підприємства. Так, за розрахунками лише у 2020 р. компанія сплатила дивідендів більше, ніж отримала чистого прибутку за рік, що відповідно негативно відобразилося на показнику стійкості економічного зростання (рис. 2.16). У 2018 р. та 2023 р. дивіденди не сплачувалися, а отриманий прибуток був спрямований на реінвестування. Закономірностей щодо отримання чистого прибутку та його змін з величиною сплачених дивідендів не виявлено. Лише у рік глобальної пандемії та невизначеності була сплачена рекордна сума дивідендів.

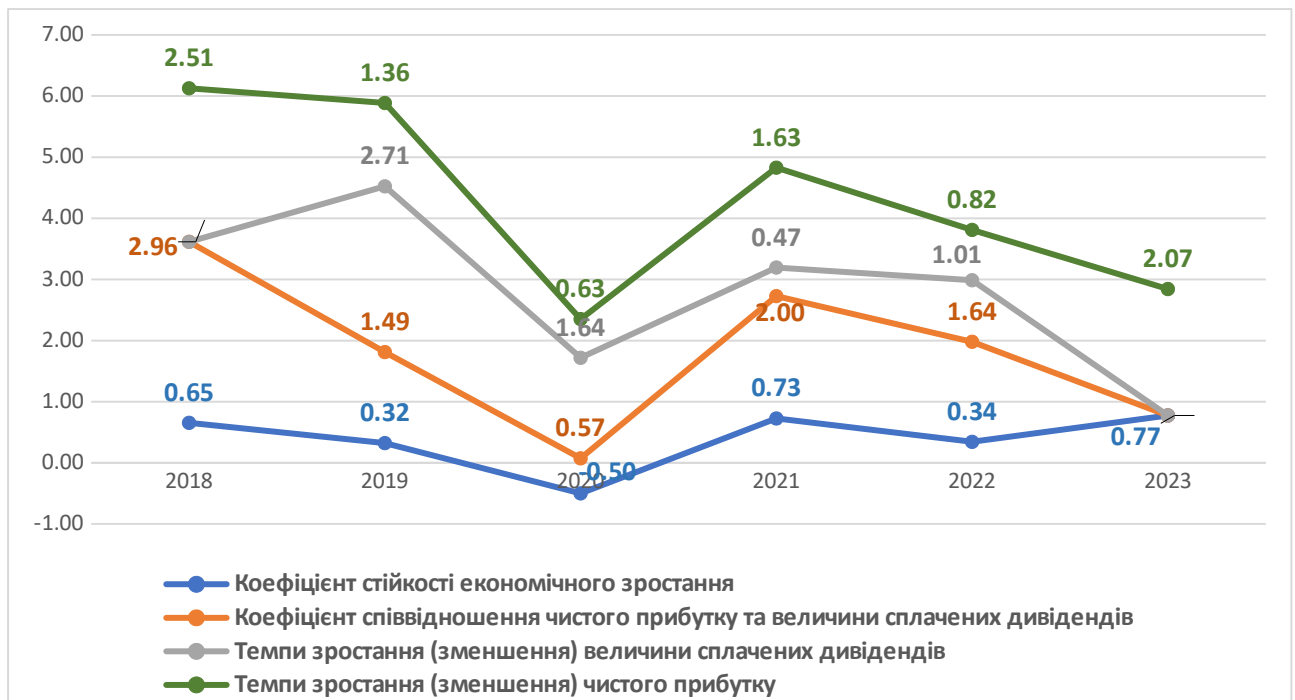


Рисунок 2.16 – Показники стійкості економічного зростання ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Вплив змін у структурі капіталу на зміни рентабельності власного капіталу підтверджують у розрахунки факторного аналізу, які представлені у табл. 2.4. Так, найбільш впливовим фактор структури капіталу був у 2021 р. та у 2023 р. Саме у ці періоди були зростання чистого прибутку на фоні зменшення (2021 р.) або відсутності (2023 р.) дивідендних виплат.

Таблиця 2.4 – Показники факторного аналізу рентабельності власного капіталу

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Фактори впливу на зміну рентабельності власного капіталу:						
1. Рентабельність реалізації продукції, %	9,09	10,88	7,84	11,09	12,17	16,24
2. Продуктивність активів, грн/грн	5,18	3,92	3,29	3,79	2,40	2,73
3. Коефіцієнт структури капіталу	1,10	1,30	1,61	2,45	2,01	0,00
Абсолютна зміна рентабельності власного капіталу за рахунок змін, %						
4. Рентабельності реалізації продукції	х	19,54	-27,44	27,94	14,03	29,47
5. Продуктивності активів	х	-28,75	-11,30	14,43	-58,26	16,00
6. Коефіцієнту структури капіталу	х	8,56	7,98	35,23	-12,60	-89,23
7. Сукупний вплив факторів	х	-0,66	-30,76	77,60	-56,83	-43,77

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності

Якщо узагальнити результати аналізу ділової активності ТОВ «Марс Україна», то слід зазначити, що тенденції змін основних аналітичних індикаторів були не стійкими. Проте, в цілому компанія нарощували продажі продукції та ресурсну базу, незважаючи на критичні ситуації, які пов'язані з глобальною пандемією та війною з РФ, компанія була прибутковою. Отримані результати дозволяють зробити висновок, що одним із ключових аспектів діяльності ТОВ «Марс Україна», що впливає на рівень ділової активності це конкурентоспроможність продуктів та ефективне їх просування на ринок, що в кінцевому підсумку забезпечує зростання фінансово-економічних результатів компанії.

РОЗДІЛ 3

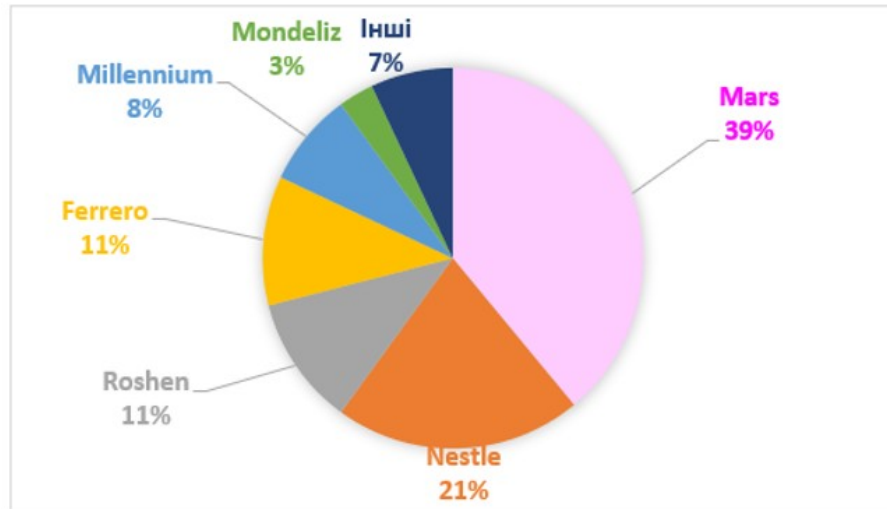
ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТОВ «МАРС УКРАЇНА»

3.1 Розробка бізнес-пропозиції щодо підвищення ділової активності підприємства

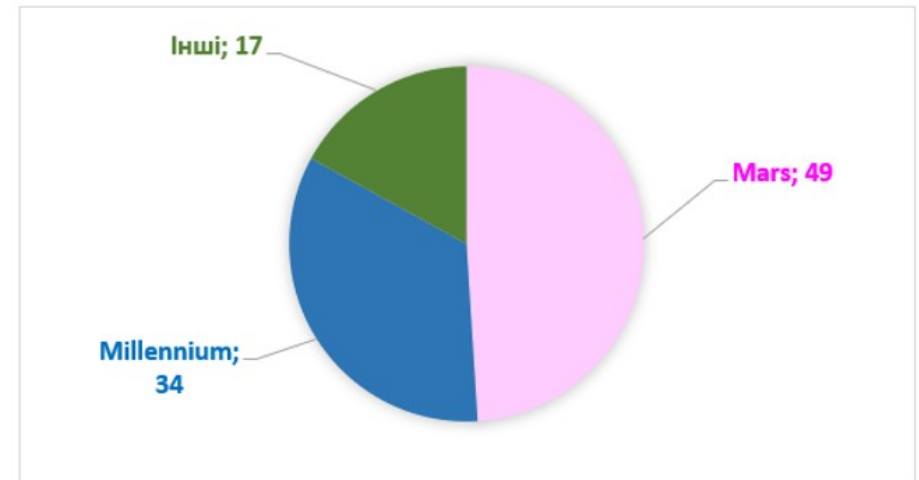
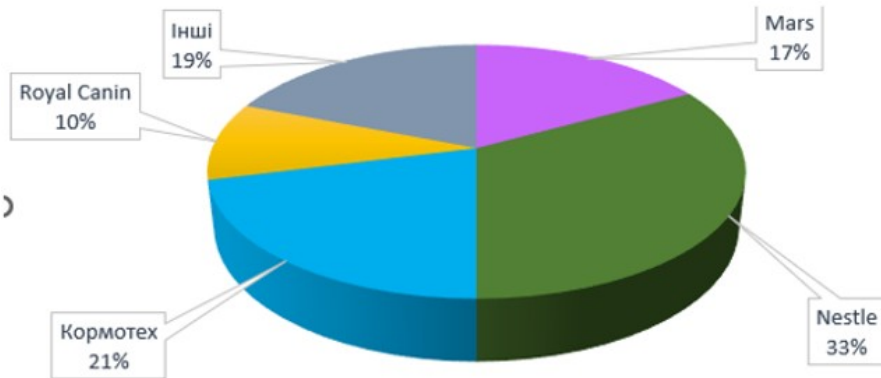
Враховуючи змістовну багатоаспектність розуміння ділової активності підприємства та специфіку діяльності досліджуваної компанії ТОВ «Марс Україна» має сенс говорити про те, що ділова активність компанії залежить від її ринкової позиції, рівня обізнаності та пізнаваності брендів, репутації компанії, а також якості процесів, що відбуваються в середині компанії. Якщо характеризувати ринкові позиції ТОВ «Марс Україна», то звертає увагу на себе той факт, що компанія є серед лідерів або лідером окремих продуктових сегментів.

Так, в сегменті шоколадних виробів продукти компанії Марс займають частку у 39%, що є значно більше ніж частка найближчого конкурента Nestle з часткою в 21%. Це досягається за рахунок продажу таких видів шоколадної продукції, як батончики *Twix*, *Mars*, *M&M's*, *Milky Way*, *Bounty*, *Snickers*, ін. Представлена ринкова ситуація у даному сегменті суттєво не змінюється вже протягом останніх 4 років. Також незмінною залишається тривалий час рекламна політика щодо даного продуктового напрямку, суть якої полягає в пріоритетності зовнішньої реклами та витрат на оформлення місць продажу продуктів.

Аналогічна ситуація в сегменті драже, де частка компанії Марс Україна становить майже половину – 49%. Компанія Millennium контролює 34% ринку, а інші учасники – всього 17% (рис. 3.1). Способи реклами в даному продуктовому сегменті є аналогічними тим, що і для шоколадних батончиків.



Ринок кормів для котів та собак



РОЗПОДІЛ РИНКУ ЖУВАЛЬНОЇ ГУМКИ В УКРАЇНІ, %

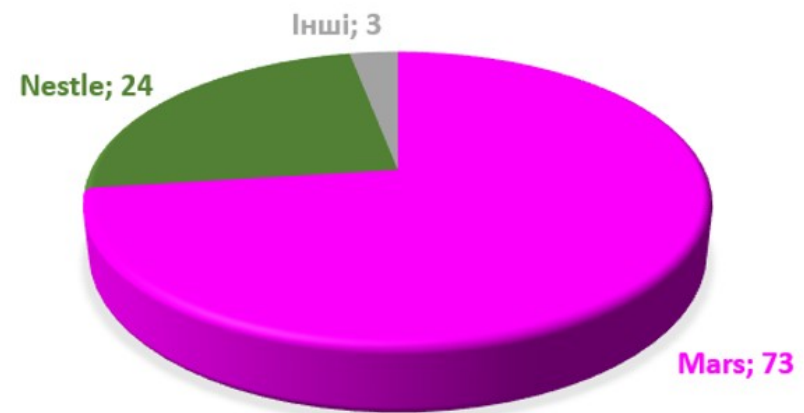


Рисунок 3.1 – Показники ринкової частки ТОВ «Марс Україна» на різних товарних ринках

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

Якщо аналізувати ринкові тенденції на ринку шоколадних цукерок (рис. 3.2), то за прогнозами на 2024 р. вони є зростаючими, особливо в сегменті брендових шоколадних виробів, де і позиціонуються продукти компанії Марс. На фоні падіння обсягів продажу за всіма видами продукції кондитерського напрямку у 2022 р., що пов'язано з повномасштабною агресією РФ проти України, у 2023 – 2024 рр. тенденції є зростаючими. Проте, за оцінками експертів ринку, довоєнного обсягу ринку досягти найближчі роки буде не можливо.

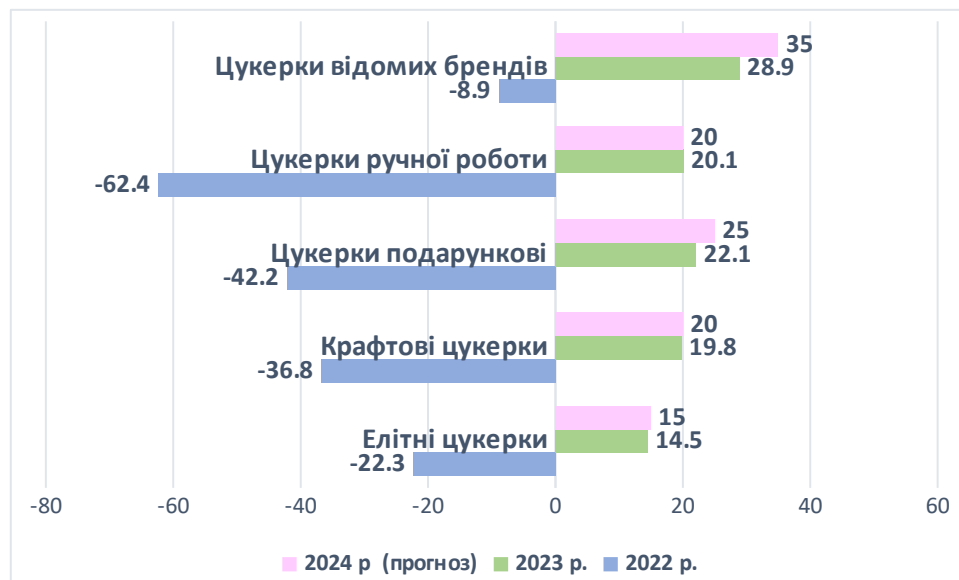


Рисунок 3.2 – Тенденції змін на вітчизняному ринку шоколадних цукерок

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

Компанія Марс є лідером ринку жувальної гумки, де станом на початок 2024 р. вона контролює майже 75% (рис. 3.1). Крім того компанія Марс є відомою на ринку продажу кормів для котів та собак, де контролює 17% ринку (рис. 3.1). Слід зазначити, що на всіх товарних ринках України, де присутні товари компанії Марс, вони представлені світовими брендами продукції, що позитивно впливає на продажі компанії. Проте, враховуючи активний розвиток компаній конкурентів, має сенс говорити про посилення діяльності компанії Марс Україна саме у сфері реклами та PR.

Так, протягом 2019 – 2023 рр. для організації реклами компанія використовувала в основному не нові креативні ідеї, а ті, які присутні на

європейському ринку. Це значно здешевлювало рекламний бюджет. Проте, коли у 2017 р. компанія виходила на ринок з принципово новою вдалою рекламою своїх продуктів, то було зафіксовано зростання продажів за оптимістичним варіантом.

Ще одним моментом на який варто зважати є те, що до 2020 р. компанія активно використовувала такі рекламні заходи як промо-акції в місцях продажу продукції, спонсорські заходи, які за оцінками менеджменту визнавалися як дуже ефективні. З 2020 р. в переліку рекламних заходів такі позиції відсутні, натомість зросла частка реклами в інтернеті та зовнішньої реклами.

Якщо проаналізувати рекламний бюджет компанії Марс Україна, то слід зазначити, що з 2022 р. відбулося його суттєве зниження (рис. 3.3). Незважаючи на зростаючу тенденцію у 2023 р. та плани компанії на 2024 р. компанія не виходить на той рівень рекламоємності продукції, який був до 2022 р.

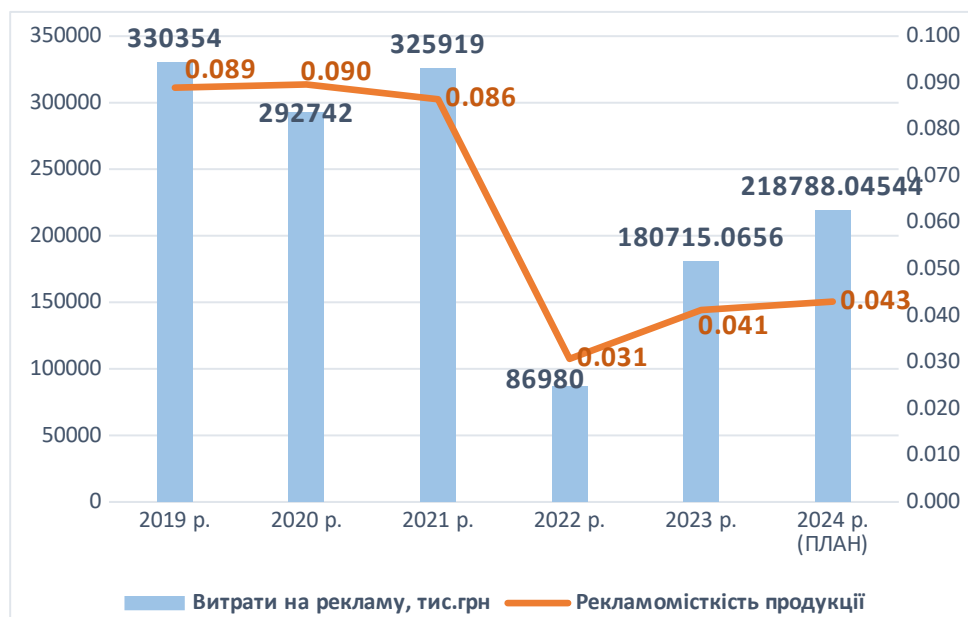


Рисунок 3.3 – Тенденції змін бюджету витрат на рекламу та рекламоємності продукції

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

На 2024 р. менеджментом ТОВ «Марс Україна» заплановано бюджет на рекламу 200 млн.грн. Якщо відштовхнутися від середнього рівня рекламоємності продукції, який був в компанії до 2022 р. – а це 0,089, то можна прогнозувати

його на рівні 452840 тис.грн ($5\,088\,094^1 \cdot 0,089 = 452\,840$ тис.грн), тобто зростання більше ніж вдвічі ніж заплановано. Але бюджет в 453 млн.грн розрахований на таке зростання обсягів продажу продукції, яке забезпечити неможливо внаслідок зменшення місткості відповідних ринків.

В плановому бюджеті у 200 млн. грн відсутніми є такі напрямки рекламної діяльності як створення нового креативного контенту та спонсорські заходи і промо акції в місцях торгівлі. Якщо рекламну кампанію розширити цими напрямками рекламної діяльності, то виникає додаткова потреба у збільшенні бюджету на 65 млн.грн порівняно з 2023 р. (рис. 3.4). Даний бюджет буде витрачено на:

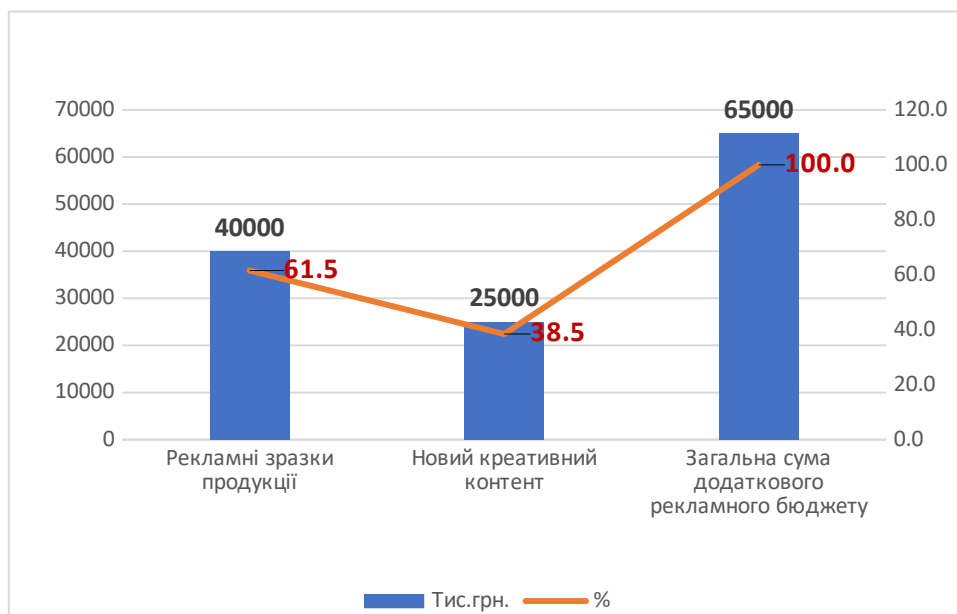


Рисунок 3.4 – Структура додаткового прогнозного бюджету витрат на рекламу

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

Даний бюджет буде витрачено на:

- 1) рекламні зразки продукції – 40 000 тис.грн, у тому числі:
 - шоколадні батончики та драже – 17 000 тис.грн;
 - жувальна гумка – 1 000 тис.грн;
 - корми для котів та собак – 22 000 тис.грн;
- 2) створення нового креативного контенту – 25 000 тис.грн, у тому числі:
 - шоколадні батончики та драже – 12 000 тис.грн;

¹ Запланована менеджментом величина чистого доходу ТОВ «Марс Україна»

жувальна гумка – 1 000 тис.грн;

корми для котів та собак – 12 000 тис.грн;

Метою збільшення витрат на рекламу є забезпечення зростання обсягів продажу. На 2024 р. менеджмент компанії запланував зростання чистого доходу на 16% порівняно з 2023 р., у тому числі шоколадних виробів та драже – на 17%, жувальної гумки – на 5%, кормів для котів та собак – на 23% (рис. 3.5).

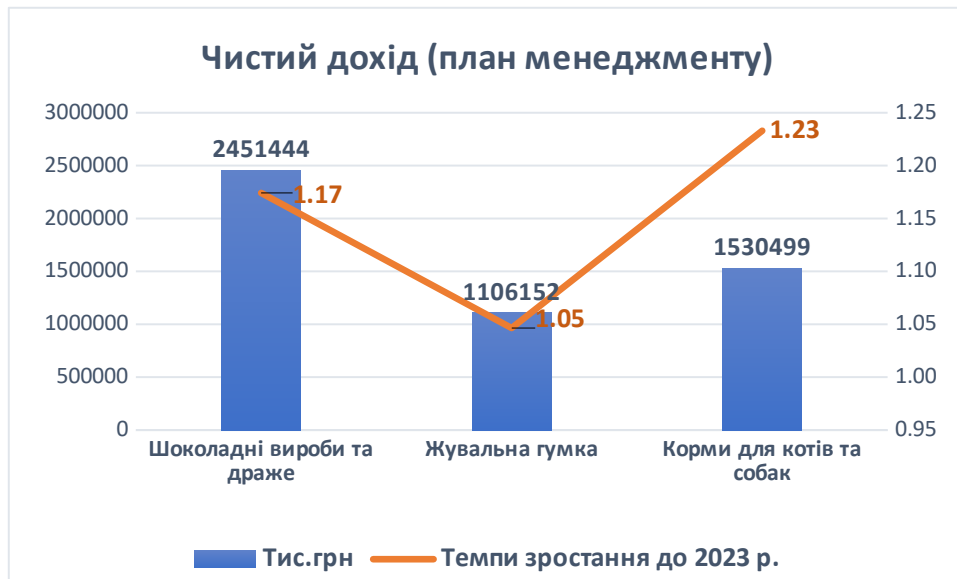


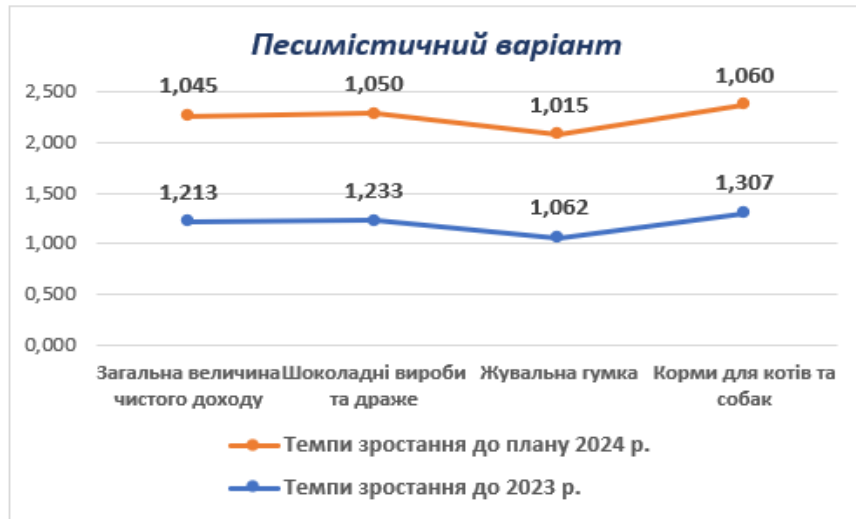
Рисунок 3.5 – Планові показники чистого доходу менеджменту ТОВ «Марс Україна»

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

Збільшення рекламного бюджету має спричинити зростання обсягів продажу продуктів компанії Марс. Враховуючи місткість ринку та досвід реалізації аналогічних ініціатив до 2019 р. темпи зростання у 2024 р. до планових показників можуть бути такими: шоколадні вироби та драже – від 5% до 8%; жувальні гумки – 1,5% - 2%; корми для котів та собак – 6% - 10%. Такі дані були уточнені у керівника відділу продажів ТОВ «Марс Україна».

З урахуванням інтервальних значень побудуємо два можливі варіанти розвитку ситуації – песимістичний та реалістичний. Відповідні прогностні показники чистого доходу у 2024 р. з урахуванням реалізації додаткового рекламного бюджету представлені на рис. 3.6.

ПРОГНОЗ НА 2024 рік



ПРОГНОЗ НА 2025 - 2026 рр.

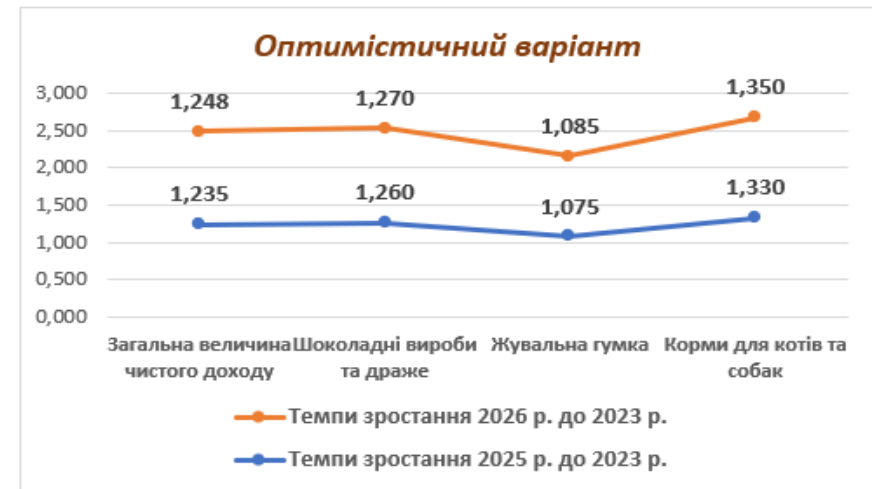
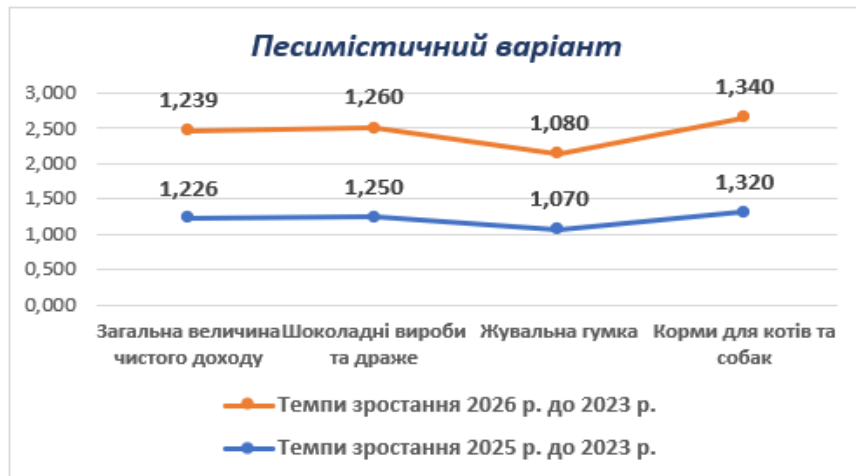


Рисунок 3.6 – Прогнозні показники чистого доходу

Джерело: розраховано за даними управлінської звітності

За умови забезпечення зростання рекламного бюджету у 2025 – 2026 рр. на 5%, а також не погіршення ринкової ситуації, у 2025 – 2026 рр. темпи зростання до 2023 р. можуть бути такими: шоколадні вироби та драже – 25% – 27%, жувальна гумка – 7 – 8,5%; корми для котів та собак – 32 – 35%. *Усі прогностні показники зростання за продуктовими напрямками були уточнені у керівника відділу продажів ТОВ «Марс Україна».* На основі зазначених темпів приросту у прогностні розрахунки за альтернативними варіантами були закладені такі дані:

2025 р. до 2023 р.: шоколадні вироби та драже – песимістичний варіант 25%, оптимістичний варіант – 26%; жувальна гумка – відповідно 7% та 7,5%; корми для тварин – відповідно, 32% та 33%;

2026 р. до 2023 р.: шоколадні вироби та драже – песимістичний варіант 26%, оптимістичний варіант – 27%; жувальна гумка – відповідно 8% та 8,5%; корми для тварин – відповідно, 34% та 35%.

3.2 Оцінювання економічної доцільності реалізації розробленої бізнес-пропозиції та її впливу на показники ділової активності ТОВ «Марс Україна»

Економічне обґрунтування будь-якого рішення чи пропозиції передбачає чітке визначення фінансово-економічних результатів та витрат, а також розрахунок на їх основі спектру показників, які будуть основою для висновків щодо економічної доцільності їх практичної реалізації. Щодо доходів, то темпи зростання чистого доходу були визначені у пункті 3.1 даної роботи, а сама величина чистого доходу розрахована та формалізовано представлена у табл. 3.1.

Щодо витрат на реалізацію бізнес-пропозиції, то це є величина збільшення рекламного бюджету. Так, якщо у 2023 р. величина рекламного бюджету 180715 тис.грн, то прогнозна величина на 2024 р. – 265000 тис.грн;

2025 р. – 278250 тис.грн ($265000 * 1,05$); 2026 р. – 292163 тис.грн ($278250 * 1,05$). Відповідно, величина приросту рекламного бюджету, на яку будуть збільшені постійні витрати буде становити: 2024 р. – 84285 тис.грн, 2025 р. – 97535 тис.грн, 2026 р. – 111448 тис.грн. (табл. 3.2).

Таблиця 3.1 – Прогнозні показники чистого доходу за умови реалізації бізнес-пропозиції за альтернативними варіантами

Показники	Прогнозні роки		
	2024	2025	2026
1	2	3	4
Песимістичний варіант			
1. Чистий дохід, тис.грн	5319088	5379475	5435751
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>			
шоколадні вироби та драже	2574016	2609841	2630720
жувальна гумка	1122744	1131092	1141663
корми для котів та собак	1622329	1638542	1663368
Оптимістичний варіант			
2. Чистий дохід, тис.грн	5459382	5418053	5474329
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>			
шоколадні вироби та драже	2647559	2630720	2651599
жувальна гумка	1128275	1136378	1146949
корми для котів та собак	1683549	1650955	1675781

Джерело: розраховано за даними управлінської звітності компанії

Щодо величини змінних витрат, то за відповідними продуктовими напрямками прогноз буде зроблено пропорційно до змін обсягів продажів до 2023 р. Прогнозні розрахунки щодо формування поточних витрат представлені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Прогнозні показники формування поточних витрат

Показники	2023	Прогнозні роки		
		2024	2025	2026
1	2	3	4	5
1. Постійні витрати, тис.грн	896319	980604	993854	1007767
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>				
шоколадні вироби та драже	528873	566478	572389	578596
жувальна гумка	245807	248401	248808	249236
корми для котів та собак	121638	165726	172657	179934
Песимістичний варіант				
2. Змінні витрати, тис.грн	2697654	3276864	3313259	3349156

<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>				
Продовження таблиці 3.2				
1	2	3	4	5
шоколадні вироби та драже	1132019	1395599	1415023	1426344
жувальна гумка	673612	715445	720765	727501
корми для котів та собак	892023	1165820	1177471	1195311
Оптимістичний варіант				
3. Змінні витрати, тис.грн	3364256	3336867	3372764	3364256
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>				
шоколадні вироби та драже	1435474	1426344	1437664	1435474
жувальна гумка	718970	724133	730869	718970
корми для котів та собак	1209813	1186391	1204231	1209813
Песимістичний варіант				
4. Поточні витрати, тис.грн	3593973	4257468	4307113	4356922
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>				
шоколадні вироби та драже	1660892	1962077	1987412	2004940
жувальна гумка	919419	963846	969573	976737
корми для котів та собак	1013662	1331546	1350127	1375245
Оптимістичний варіант				
5. Поточні витрати, тис.грн	4257468	4307113	4356922	4257468
<i>у тому числі за продуктовими напрямками</i>				
шоколадні вироби та драже	1962077	1987412	2004940	1962077
жувальна гумка	963846	969573	976737	963846
корми для котів та собак	1331546	1350127	1375245	1331546

Джерело: розраховано за даними управлінської звітності компанії

На основі прогнозних показників чистого доходу та поточних витрат розраховано величину операційного та чистого прибутків, їх зміни порівняно з 2023 р. та плановими показниками 2024 р. За результатами розрахунків, які формалізовано представлені на рис. 3.7 можна зробити такі висновки. За умови реалізації бізнес-пропозиції величина прибутку компанії буде більше як порівняно з 2023 р., так і з плановими показниками менеджменту. Так, за песимістичним варіантом реалізації бізнес пропозиції операційний та чистий прибуток буде більше у 2024 – 2026 рр. відповідно у 1,34, 1,35 та 1,36 рази порівняно з 2023 р., а оптимістичним варіантом зростання може бути ще більш високим, відповідно, 1,41, 1,37 та 1,38 рази. Якщо здійснювати порівняння з 2024 р., то слід зазначити, що прибутки будуть більшими за

оптимістичним варіантом від 14,4% до 16,3%, за оптимістичним – від 17% до 20%.

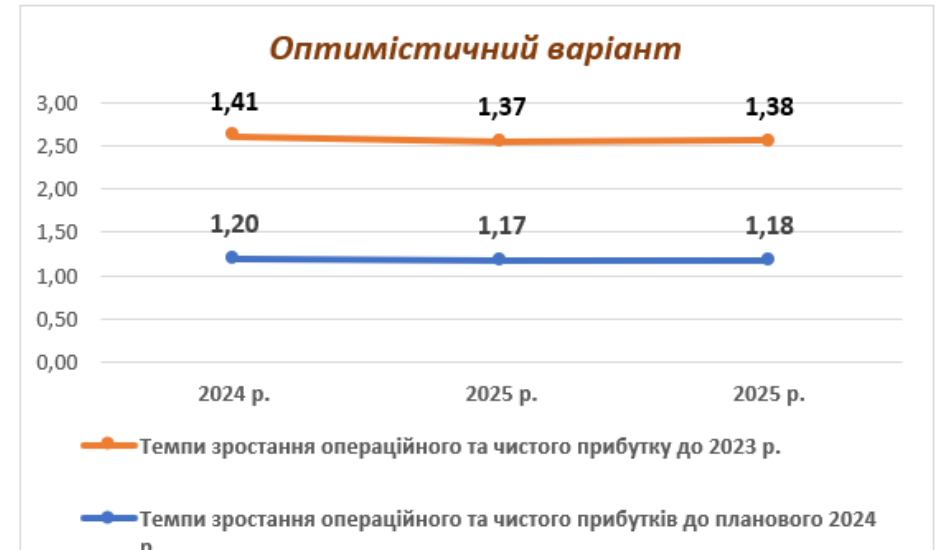
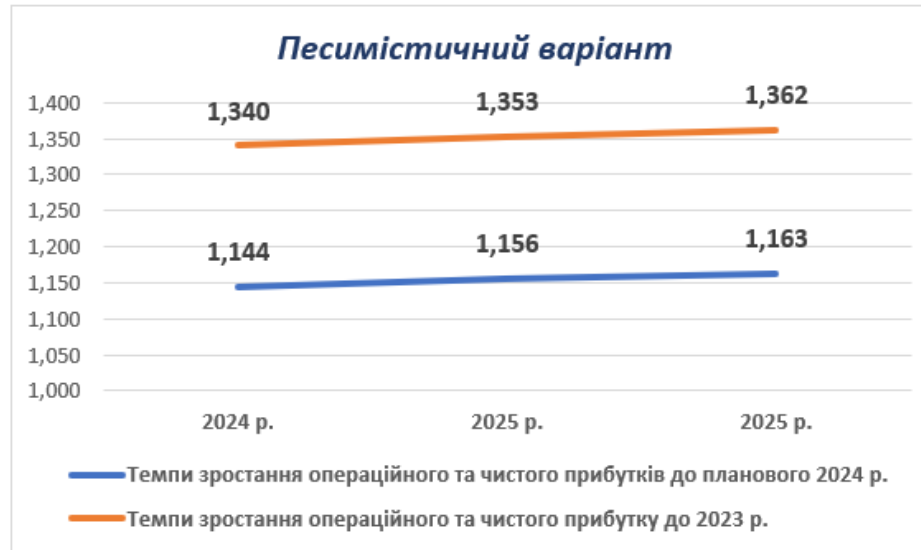
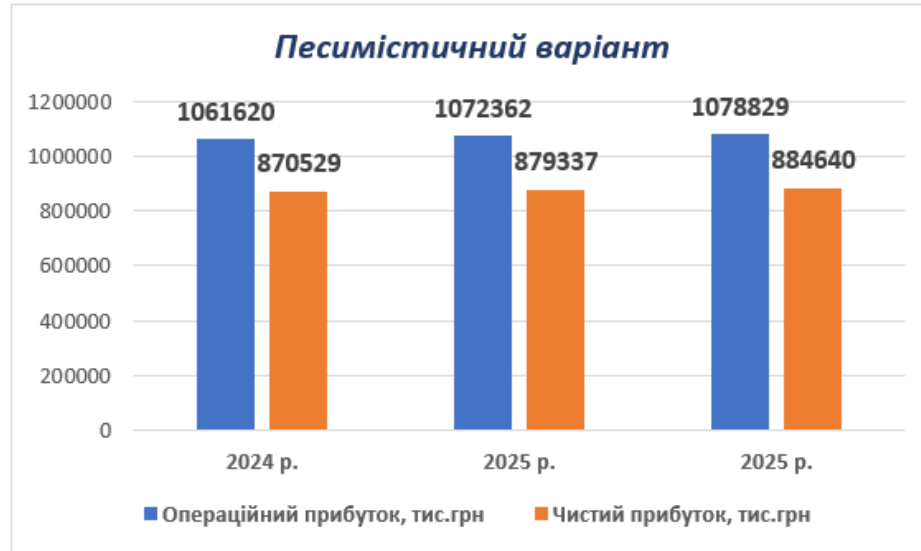


Рисунок 3.7 – Прогнозні показники операційного та чистого прибутків та їх змін

Джерело: розраховано за даними управлінської звітності

Однакові темпи зростання операційного та чистого прибутку пояснюються тим, що для фінансування додаткового рекламного бюджету використовуються тільки власні кошти, відповідно, чутливість зміни чистого прибутку до операційного дорівнює 1,0.

Якщо порівняти показники рентабельності продукції та її реалізації у розрізі продуктових напрямків (рис. 3.8), то слід зазначити, що за такими напрямками як шоколадні вироби та драже, жувальні гумки будуть забезпечуватися більш високі значення відповідних показників. Для групи товарів корми для котів і собак показники рентабельності є дещо меншими порівняно з 2023 р. та плановими показниками. Це пояснюється тим, що більш високі витрати на рекламу саме в цьому продуктовому сегменті мають забезпечити більш високі продажі продуктів для того, щоб наростити частку ринку, яка на момент дослідження становить близько 17%. Тому така ситуація не є критичною, так як саме в цьому сегменті забезпечуються найбільші темпи зростання обсягів продажу.

Якщо характеризувати рентабельність продажу продукції за умови реалізації бізнес-пропозиції, то слід зазначити, що вона характеризується більш високими показниками. Так, усереднене значення рентабельності реалізації за 2024 – 2026 рр. за песимістичним варіантом 16,3%, за оптимістичним – 16,5%, що більше ніж у 2023 р. (14,8%) та планових показників (14,9%).

З точки зору ресурсного забезпечення, реалізація розробленої бізнес-пропозиції буде впливати на збільшення потреби в оборотному капіталі, яку можна прогнозувати за такою формулою (3.1):

$$\Delta \text{Об.} K_{\Delta BP} = \frac{BP^{\text{Позп}}}{K^{23}} - \frac{BP^{23}}{K^{23}} \quad (3.1)$$

Де BP – виручка від продажу продукції відповідно у розрахунковому та 2023 р.;

K – коефіцієнт оборотності оборотних коштів у розрахунковому та 2023 р.

Фактично, мова йде про розрахунок змін потреби в оборотному капіталі, що відбуваються за рахунок змін виручки від продажу продукції ($\Delta \text{Об.} K_{\Delta BP}$).

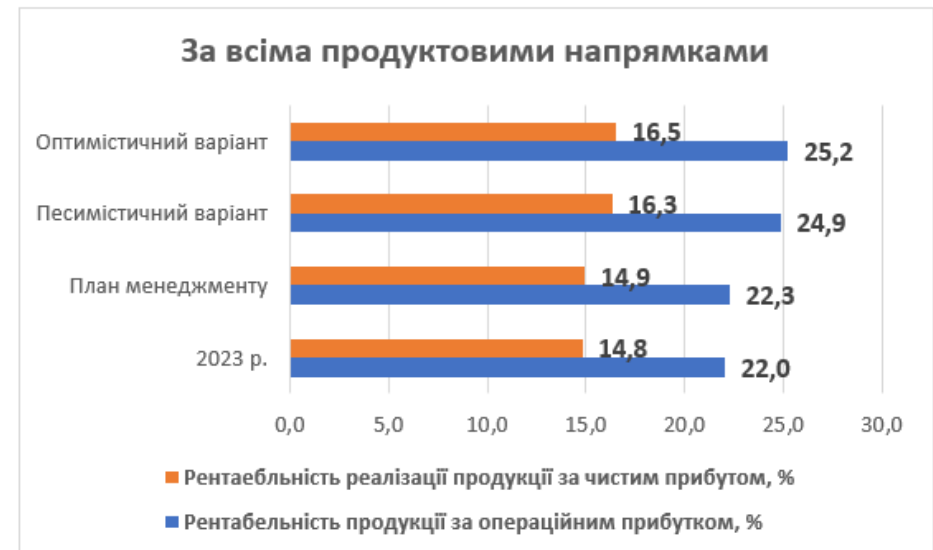
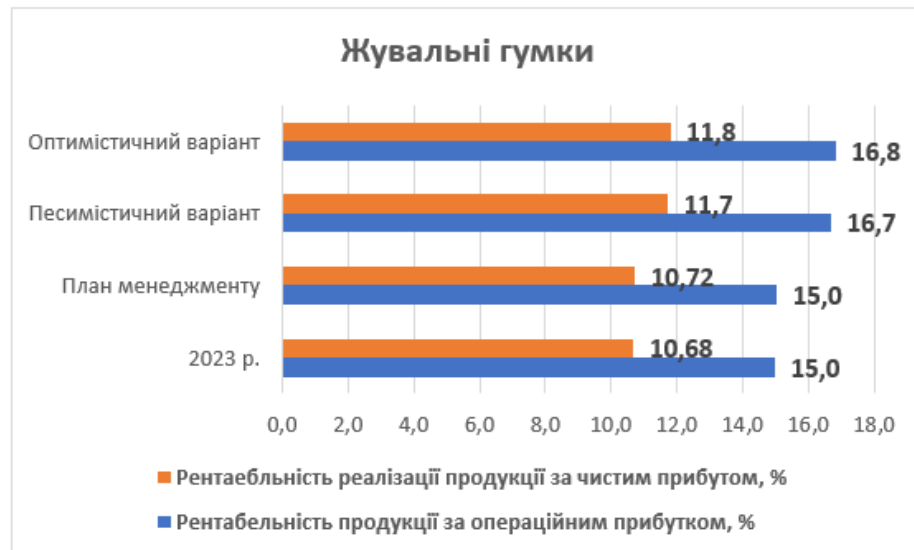
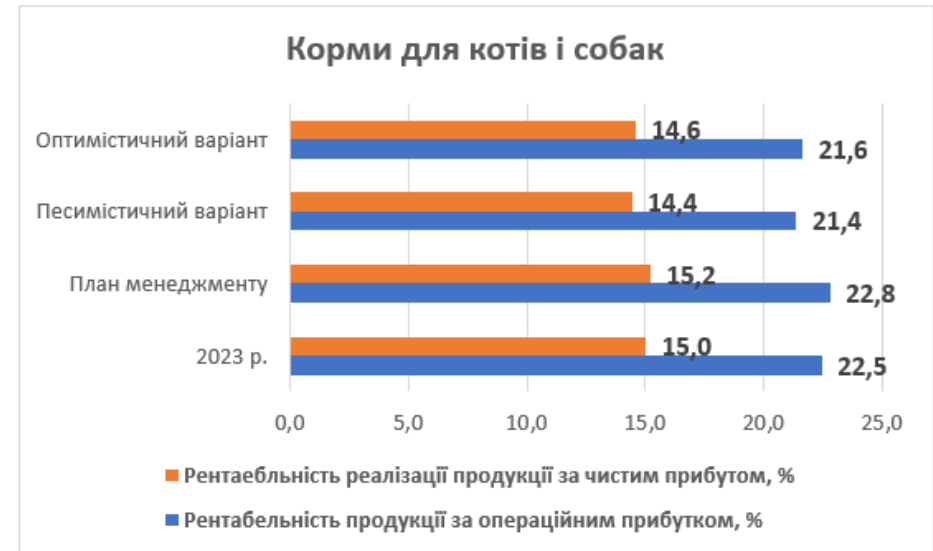
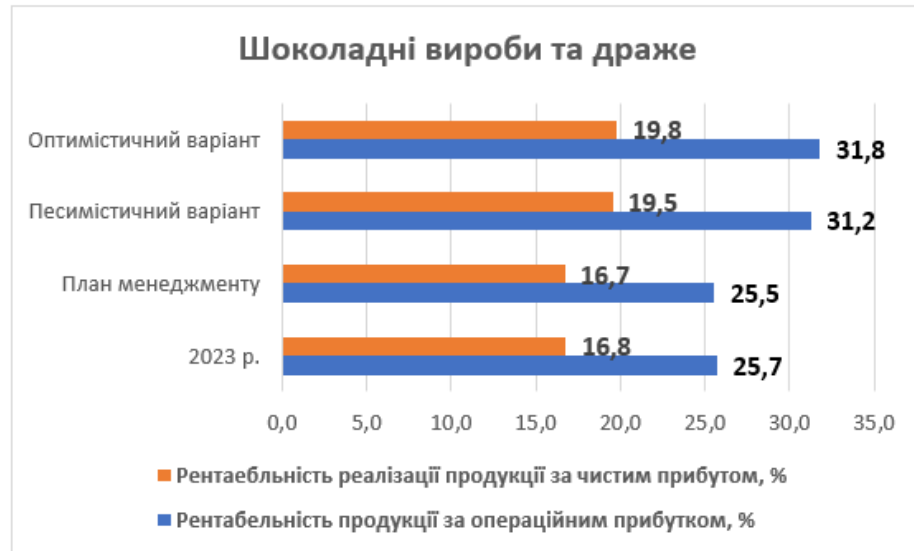


Рисунок 3.8 – Прогнозні показники рентабельності за продуктовими напрямками діяльності ТОВ «Марс Україна»

Джерело: розраховано за даними управлінської звітності

Результати відповідних розрахунків для песимістичного та оптимістичного варіантів представлені у табл. 3.3. На величину зростання потреби в оборотному капіталі буде збільшено середньорічну величину активів та власного капіталу.

Таблиця 3.3 – Прогнозні показники збільшення потреби в оборотному капіталі та інших видах капіталу порівняно з 2023 р. за умови реалізації бізнес-пропозиції

Показники	2023	Прогнозні роки		
		2024	2025	2026
1. Виручка від продажу продукції, тис.грн	4386288			
песимістичний варіант		5319088	5379475	5435751
оптимістичний варіант		5459382	5418053	5474329
2. Коефіцієнт оборотності, оборотів	2,8293721 9			
3. Збільшення потреби в оборотному капіталі за рахунок збільшення обсягів продажу продукції, тис.грн				
песимістичний варіант		329693	351036	370927
оптимістичний варіант		379279	364671	384562
4. Середньорічна величина оборотних активів, тис.грн	1550269			
песимістичний варіант		1879962	1901305	1921196
оптимістичний варіант		1929548	1914940	1934831
5. Середньорічна величина активів, тис.грн	1607801			
песимістичний варіант		1937494	1958837	1978728
оптимістичний варіант		1987080	1972472	1992363
6. Середньорічна величина власного капіталу, тис.грн	919403			
песимістичний варіант		1249096	1270439	1290330
оптимістичний варіант		1298682	1284074	1303965

Джерело: розраховано за даними управлінської та фінансової звітності компанії

Прогнозні показники середньорічної величини активів, власного капіталу та оборотних активів дозволяють прогнозувати динаміку ділової активності за умови реалізації бізнес-пропозиції. Так як прогнозні значення ресурсів прогнозовано за рахунок зростання обсягів продажу, відповідно змін показників продуктивності активів та швидкості обороту оборотних активів не

відбулося. Щодо рентабельності активів, то зростання рентабельності реалізації зумовило і збільшення показників рентабельності активів (рис. 3.9).

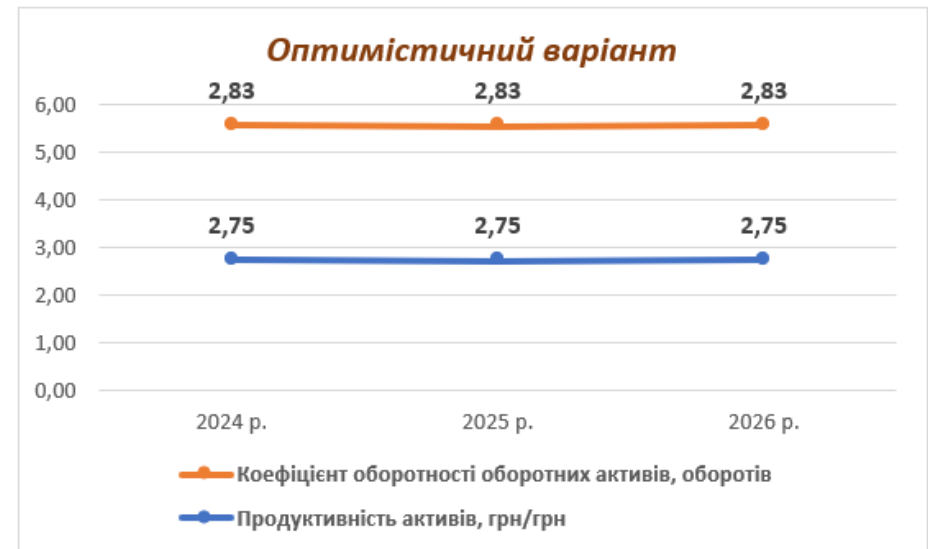
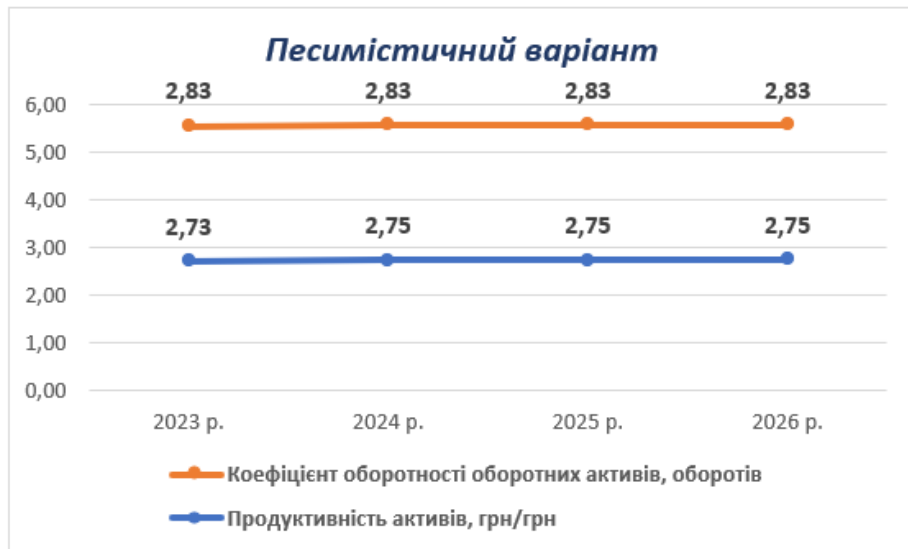
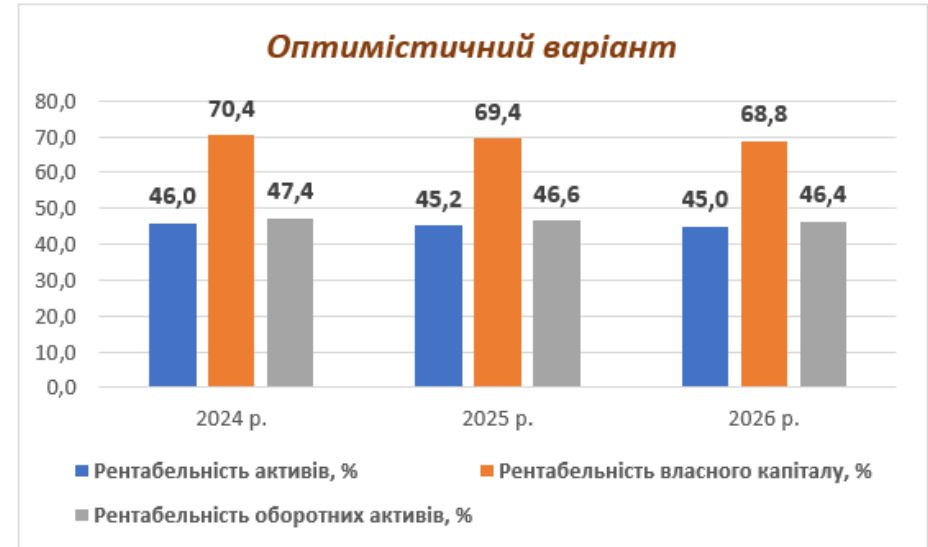
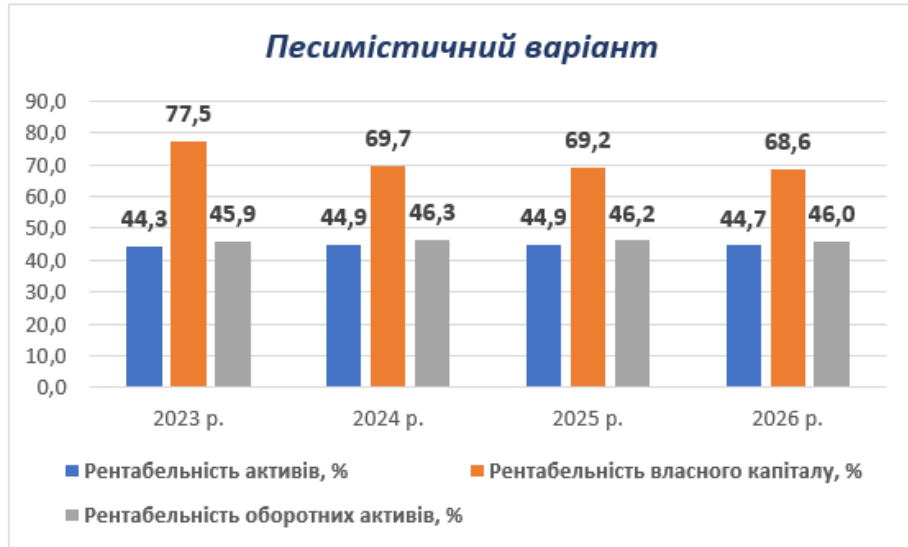


Рисунок 3.9 – Прогнозні показники ділової активності ТОВ «Марс Україна» за умови реалізації бізнес-пропозиції
Джерело: розраховано за даними управлінської звітності

Так, з умови реалізації песимістичного варіанту середнє значення рентабельності активів за 2024 – 2026 рр. буде становити 44,7%, за оптимістичним 45,4, фактичне значення 2023 р. – 44,3%. Також зростаюча є динаміка рентабельності оборотних активів порівняно з 2023 р. (45,9%), коли за песимістичним варіантом відповідний показник може бути на рівні 46,1%, оптимістичним 46,8%. Щодо рентабельності власного капіталу, то зниження даного показника за умови реалізації бізнес-пропозиції пояснюється збільшенням величини власного капіталу (це знаменник у розрахунку рентабельності), що, відповідно, спричиняє зниження рентабельності власного капіталу.

Таким чином, реалізація розробленої бізнес-пропозиції забезпечує розвиток брендів компанії, збільшення обсягів продажу продуктів та фінансових результатів у вигляді операційного і чистого прибутків, а також зростання ключових показників рентабельності. Це дозволяє зробити висновок, що мету КБР, яка пов'язана з розробкою бізнес-пропозиції щодо підвищення ділової активності ТОВ «Марс Україна», досягнуто.

ВИСНОВКИ

За результатами виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи можна зробити такі висновки.

1. Критичний аналіз наукових публікацій щодо визначення поняття «ділова активність підприємства» дозволяє зробити висновок, що наукові позиції дослідників в цьому питанні розділилися, а дане поняття інтерпретується як у вузькому так і широкому розумінні. Вузьке розуміння ділової активності компанії передбачає, що мова йде про поточну виробничу та комерційну діяльність, де ділова активність визначається динамікою фінансово-економічних результатів такої діяльності. В такому аспекті ділова активність визначається як один із аспектів фінансово-економічного стану підприємства. Більш широке розуміння ділової активності передбачає, що мова йде про більш складне явище, яке передбачає синхронізацію зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища підприємства, яке проявляється у зростанні економічних результатів його розвитку.

2. На основі узагальнення наукових та академічних публікацій щодо критеріїв та показників вимірювання ділової активності зроблено висновок, що найбільш розповсюдженими є такі критерії та системи показників: показники продуктивності та стійкості зростання; показники швидкості обороту ресурсів; показники рентабельності. Також науковці наголошують на значущості таких аспектів оцінювання ділової активності як ринкові, інвестиційна привабливість, інноваційна активність, ін.

3. Дослідження ділової активності було зроблено за даними ТОВ «Марс Україна», яке працює у таких сегментах вітчизняного ринку як шоколадні вироби, жувальна гумка та корми для котів і собак. Більшість продукції компанії ТОВ «Марс Україна» реалізується через торгові мережі. Частка таких продажів у загальній величині має зростаючу динаміку. Продукція таких брендів як Twix, Snickers, Mars, Milky Way, M&M's, Bounty, ін. представлена на полицях усіх

торгових мереж в Україні, а рівень впізнання саме цих брендів перетнув відмітку у 90%.

4. За результатами оцінювання фінансово стану ТОВ «Марс Україна» зроблено висновок, що протягом 2019 – 2022 рр. частка власного капіталу була меншою за 50%. Проте вже у 2023 р. цей показник сягнув 64,4%, що свідчить про позитивну динаміку фінансової незалежності компанії від зовнішніх інвесторів і кредиторів. Компанія характеризується станом абсолютної фінансової стійкості з точки зору забезпечення формування запасів власними оборотними коштами. Незважаючи на те, що показники ліквідності не завжди відповідали нормальним значенням протягом досліджуваного періоду, компанія вчасно здійснювала погашення поточних зобов'язань, тобто рівень ліквідності та платоспроможності є цілком прийнятним.

5. Результати аналізу ділової активності було зроблено за різними критеріями. Щодо *продуктивності*, то протягом 2019 – 2023 рр. найбільш високим показник продуктивності активів був у 2019 р., найменшим – у 2022 р. Зниження продуктивності активів у 2020 р. та 2022 р. пов'язано з тим, що у цей період на фоні зростання середньорічної балансової величини активів відбулося зниження чистого доходу. Щодо продуктивності праці, то у 2023 р. компанія має найвище значення показника за досліджуваний період, так як значення чистого доходу є найбільш високим протягом 2019 – 2023 рр., а чисельність працюючих хоча і зросла у 2023 р. порівняно з 2022 р., але в меншому ступені ніж чистий дохід. Щодо швидкості обороту ресурсів, то протягом 2019 – 2023 рр. спостерігається уповільнення швидкості обороту оборотних активів. Так, якщо у 2019 р. коефіцієнт оборотності оборотних активів дорівнював 87 днів, то у 2023 р. цей показник сягнув значення 130 днів, тобто тривалість обороту зросла в 1,5 рази. Така ситуація відбулася на фоні уповільнення оборотності дебіторської заборгованості, швидкість обороту якої скоротилася з 11,3 обороти у 2019 р. до 4,9 обороти у 2023 р., тобто у 2,2 рази. Проте, якщо проаналізувати ситуацію щодо структури торгівельної дебіторської заборгованості з точки зору термінів її погашення, то можна дійти висновку, що переважна її частка

погашається терміном до 30 днів і лише 5,6% торгівельної заборгованості має термін погашення більше 90 днів. Щодо швидкості обороту запасів, то вона залишилась майже без змін за виключенням 2022 р., коли суттєво впали продажі компанії у зв'язку з повномасштабним вторгненням РФ в Україну. У 2019 – 2022 рр. за абсолютним рівнем впливу швидкість обороту оборотних активів відіграла ключовий вплив на зміни потреби в оборотному капіталі компанії (рис. 2.13). І лише у 2023 р., коли відбулося суттєве зростання величини продажів компанії (на 55% до попереднього року), фактор чистого доходу відіграв ключового впливу на відповідні зміни. Щодо прибутковості, то протягом 2019 – 2023 рр. ТОВ «Марс Україна» отримувала чистий прибуток. І хоча його абсолютна величина не завжди демонструвала зростаючу динаміку, слід зазначити, що навіть в складних умовах діяльність компанії була прибутковою. У 2023 р. зростання величини чистого прибутку було найбільшим за досліджуваний період 2019 – 2023 рр. і становило 2,1 рази до попереднього року. Проте слід зважати на те, що зменшення величини чистого прибутку до попереднього року було у 2020 р. на 37%, а у 2022 р. – на 18%. Чистий прибуток у 2023 р. є більшим ніж у 2019 р. у 1,76 рази. Щодо показників рентабельності, то у 2023 р. є найбільш високим значення рентабельності активів, що пояснюється найбільшими темпами зростання чистого прибутку. У 2023 р. найбільш високим на досліджуваному інтервалі є значення коефіцієнту стійкості економічного зростання.

6. Враховуючи операційні особливості діяльності ТОВ «Марс Україна», її слабкі та сильні сторони, а також ринкові можливості було розроблено бізнес-пропозицію, яка в кінцевому підсумку орієнтована на забезпечення зростання продажів компанії та їх прибутковості. Проаналізувавши рекламний бюджет компанії, його структуру та вплив на кінцеві показники ефективності діяльності ТОВ «Марс Україна» було визначено, що у плановому бюджеті на рекламу на 2024 р. відсутні такі статті фінансування як створення нового креативного контенту та спонсорські заходи і промо акції в місцях торгівлі. Дані напрямки є досить високоефективними, проте з початку глобальної

пандемії ці заходи не використовувалися. Якщо рекламну кампанію розширити цими напрямками рекламної діяльності, то виникає додаткова потреба у збільшенні бюджету на 45 млн.грн порівняно з плановим, або на 65 млн.грн порівняно з 2023 р. Реалізація більш масштабної рекламної кампанії дозволить забезпечити більш високі темпи зростання продажів продукції, які у роботі оцінено з точки зору песимістичного та оптимістичного варіантів розвитку подій.

7. На основі прогнозних розрахунків постійних та змінних витрат за альтернативними варіантами бізнес-пропозиції було зроблено розрахунок прогнозних показників прибутку та рентабельності у розрізі продуктових напрямків діяльності ТОВ «Марс Україна». За умови реалізації бізнес-пропозиції величина операційного та чистого прибутків компанії буде більше як порівняно з 2023 р., так і з плановими показниками менеджменту. Так, за песимістичним варіантом реалізації бізнес пропозиції операційний та чистий прибуток буде більше у 2024 – 2026 рр. відповідно у 1,34, 1,35 та 1,36 рази порівняно з 2023 р., а а оптимістичним варіантом зростання може бути ще більш високим, відповідно, 1,41, 1,37 та 1,38 рази. Якщо здійснювати порівняння з 2024 р., то слід зазначити, що прибутки будуть більшими за оптимістичним варіантом від 14,4% до 16,3%, за оптимістичним – від 17% до 20%. Також більш високими будуть і показники рентабельності продукції та продажів незалежно від того, чи буде реалізована бізнес-пропозиція за песимістичним, чи оптимістичним варіантом. Так, якщо характеризувати рентабельність продажу продукції за умови реалізації бізнес-пропозиції, то слід зазначити, що вона характеризується більш високими показниками: усереднене значення рентабельності реалізації за 2024 – 2026 рр. за песимістичним варіантом 16,3%, за оптимістичним – 16,5%, що більше ніж у 2023 р. (14,8%) та планових показників (14,9%). Щодо рентабельності активів, то за умови реалізації песимістичного варіанту середнє значення даного показника за 2024 – 2026 рр. буде становити 44,7%, за оптимістичним 45,4, фактичне значення 2023 р. – 44,3%. Також зростаюча є динаміка рентабельності

оборотних активів порівняно з 2023 р. (45,9%), коли за песимістичним варіантом відповідний показник може бути на рівні 46,1%, оптимістичним 46,8%.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ehrhardt M. C., Brigham Y. F. Financial Management: Theory and Practice, Thirteen Edition. 2011. URL: https://www.academia.edu/33719489/Financial_Management_Brigham_13th_Edition (дата звернення: 12.02.2024).
2. Horne J.C. Financial management and policy / 12th ed. 2002. 832 p. URL: <https://sfmclassnotes.files.wordpress.com/2014/10/financial-management-and-policy.pdf>. (дата звернення: 14.02.2024).
3. Ekman P. Enterprise systems and business relationships. 2006. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:120514/FULLTEXT01.pdf/>. (дата звернення: 15.02.2024).
4. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: [підручник]. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 566 с.
5. Беляєвський І.К. Статистика ринку товарів і послуг. Київ: Фінанси, 2003. 456 с.
6. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : [навч. посібник]. Київ: ЦУЛ, 2012. 496 с.
7. Мешкова Н.Л. Економічна сутність ділової активності промислового підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 1. С. 105-108.
8. Коваленко Л.О. Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент [навч. пос.]. 3-тє вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2019. 483 с.
9. Масюк Ю. В. Економічна сутність ділової активності підприємств та підходи до її оцінки. *Ефективна економіка*. 2019. URL:

http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/45.pdf. (дата звернення: 16.02.2024).

10. Буздиган М.О. Класифікація факторів, що визначають ділову активність підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. С.88-92. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/713499.pdf>. (дата звернення: 16.02.2024).

11. Гаркуша Н.М. Ділова активність підприємства: сутність та методика аналізу: Монографія / За ред. проф. Н.М. Гаркуші. Харків, 2016. 182 с.

12. Тихонова І.М. Ділова активність підприємства: складові та чинники впливу. *Аграрний вісник Причорномор'я*. 2019. № 53. С. 53-59.

13. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2005. 592 с.

14. Куриленко Т.П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності. URL: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_6/6.pdf. (дата звернення: 18.02.2024).

15. Тимошик Н.С., Шимич І.Г. Оцінка результатів макросередовища та ділової активності підприємств. *Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій: монографія*, ФОП Шпак В.Б, 2017. С. 205-214.

16. Селіверстова Л. С. Фінансовий аналіз : навч.-метод. посібник / Л. С. Селіверстова, О. В. Скрипник; за ред. С. М. Безрутенка. К. : ЦУЛ, 2012. 274 с.

17. Тихонова І. М. Шляхи підвищення ділової активності підприємства в контексті управління його сталим розвитком. *Вісн. Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки*. 2011. № 4, т. 2. С. 231-234.

18. Турило А. М. Зінченко О.А., Вчєрашня І. С. Визначення критерію розмежування категорій «ділова активність підприємства» і «ринкова активність підприємства». *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 82-85.

19. Тереховський В. В., Еубачов В. П. Ділова активність - парадигма сучасного бізнесу. *Механізм регулювання економіки*. 2012. № 4. С. 42-47. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/1605> (дата звернення: 27.04.2024).
20. Бугас Н. В. Аналіз та оцінка ділової активності підприємств. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1035>. (дата звернення: 28.02.2024).
21. Сидоренко В., Мельник Г. Контроль ділової активності за ключовими показниками ефективності. *Економіка та держава: Міжнар. наук.практ. журнал*. К.: РПВПС НАНУ, 2018. № 10. С. 74-75.
22. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій [Текст]: [моногр.] К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2001. 580 с.
23. Yakuba M. Problems of assessment of market activity of industrial enterprises in modern conditions. *Scientific herald*. 2004. No 14 (2).
24. Hodiashchev M. The management of business activity of enterprises: scientific and economic analytics. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3, No. 4. P. 38-44.
25. Novikov S. V., Lastochkina V. V. Shunina E. Ya. Business activity of the organization in the modern economy. URL: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n08/20410807.html> (дата звернення: 28.02.2024).
26. Вовк В. Комплексна оцінка ділової активності підприємства. URL: https://www.researchgate.net/publication/322662799_Kompleksna_ocinka_dilovoi_aktivnosti_pidpriemstva (дата звернення: 28.02.2024).
27. Пугачова М. В. Методологічні засади статистичного моніторингу ділової активності підприємств : [монограф.]. К. : Інформ-аналіт. агентство, 2007. 535 с.
28. Mars. Офіційний сайт. RL: <https://www.mars.com/ukraine> (дата звернення: 03.04.2024).

29. Pro Consulting. Офіційний сайт. URL: <https://pro-consulting.ua> (дата звернення: 03.04.2024).

30. Швиданенко Г.О., Дмитренко А.І. Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2013. 448 с.

31. Clarity Project. Офіційний сайт. URL: <https://clarity-project.info/edr/21638055/finances> (дата звернення: 15.03.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Дані фінансової звітності ТОВ «Марс Україна»

(кінець року)

АКТИВ		2 019р.	2 020р.	2 021р.	2022 р.	2023 р.
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:	1000	1980	283			3911
первісна вартість	1001	3394	3394	3394	3394	7416
накопичена амортизація	1002	1414	3111	3394	3394	3505
Незавершені капітальні інвестиції	1005					
Основні засоби:	1010	59182	56063	60170	34025	54447
первісна вартість	1011	113760	124749	144666	136825	159822
знос	1012	54578	68686	84496	102800	105375
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					
інші фінансові інвестиції	1035					
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040					
Відстрочені податкові активи	1045	5591	4448	5461	8538	14143
Гудвіл	1050					
Гудвіл при консолідації	1055					
Відстрочені аквізиційні витрати	1060					
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065					
Інші необоротні активи	1090					
Усього за розділом I	1095	66753	60794	65631	42563	72501
II. Оборотні активи						
Запаси	1100	168977	231112	153941	223680	264082
Виробничі запаси	1101	8549	9837	10755	9183	8693

Незавершене виробництво	1102					
Готова продукція	1103					
Товари	1104	160428	221275	143186	214497	255389
Поточні біологічні активи	1110					
Депозити перестрахування	1115					
Векселі одержані	1120					
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	259453	251601	351717	260398	258796
Дебіторська заборгованість за розрахунками:						
за виданими авансами	1130	22710	27918	19799	12639	1162743
з бюджетом	1135	98	102	18255	24709	67101
у тому числі з податку на прибуток	1136					
з нарахованих доходів	1140					
із внутрішніх розрахунків	1145					
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2547	1596	2513	3903	763
Поточні фінансові інвестиції	1160					
Гроші та їх еквіваленти	1165	595850	295125	509413	668462	153262
Готівка	1166					
Рахунки в банках	1167	595850	295125	509413	668462	153262
Витрати майбутніх періодів	1170					
Частка перестраховика у страхових резервах	1180					
у тому числі в:						
рез.довг.зобов	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	1049635	807454	1055638	1193791	1906747
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200					
БАЛАНС	1300	1116388	868248	1121269	1236354	1979248
ПАСИВ		2 019р.	2 020р.	2 021р.	2022 р.	2023 р.
I.Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	14300	14300	14300	14300	14300
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401					
Капітал у дооцінках	1405					
Додатковий капітал	1410					
Емісійний дохід	1411					
Накопичені курсові різниці	1412					
Резервний капітал	1415					
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	388156	344225	204561	548978	1261228
Неоплачений капітал	1425					
Вилучений капітал	1430					
Інші резерви	1435					
Усього за розділом I	1495	402456	358525	218861	563278	1275528
II Довгостр.зобов і заб						
Відстрочені податкові зобов'язання	1500					
Пенсійні зобов'язання	1505					
Довгострокові кредити банків	1510					
Інші довгострокові зобов'язання	1515	9193	28	11490		14314
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 звітної періоду)	1531					
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітної періоду)	1532					
резерв незароблених премій; (на початок звітної періоду)	1533					
інші страхові резерви; (на початок звітної періоду)	1534					
Інвестиційні контракти;	1535					
Призовий фонд	1540					
Резерв на виплату джек-поту	1545					
Усього за розділом II	1595	9193	28	11490	0	14314
III. Поточні зоб.						
Короткострокові кредити банків	1600					
Векселі видані	1605					
Поточна кредиторська заборгованість:						
за довг зобов	1610	10699	11658	11225	15284	8729
за товари, роботи, послуги	1615	450036	422174	476995	442145	457236
за розрахунками з бюджетом	1620	29889	22860	18270	32162	22702
за у тому числі з податку на прибуток	1621	21109	8373	18270	32162	22702
за розрахунками зі страхування	1625					
за розрахунками з оплати праці	1630					
за одержаними авансами	1635					
за розрахунками з учасниками	1640	146500		314000	121000	121000
із внутрішніх розрахунків	1645					
за страховою діяльністю	1650					
Поточні забезпечення	1660	56729	39049	68108	62485	79739
Доходи майбутніх періодів	1665					
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670					
Інші поточні зобов'язання	1690	10886	13954	2320		
Усього за розділом III	1695	704739	509695	890918	673076	689406
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	1116388	868248	1121269	1236354	1979248
Фінансові результати		2 019р.	2 020р.	2 021р.	2022 р.	2023 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3714127	3266744	3770973	2830707	4386288
Чисті зароблені страхові премії	2010					
Премії підписані, валова сума	2011					
Премії, передані у перестрахування	2012					
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013					
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014					
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1851511	2054348	2387357	1667337	2644825
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070					
Валовий: прибуток	2090	1862616	1212396	1383616	1163370	1741463
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	43953	5833	58542	7910	8748
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121					
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122					
Адміністративні витрати	2130	266382	233074	326842	338621	414204
Витрати на збут	2150	1123354	616198	556631	318566	359792
Інші операційні витрати	2180	32736	58347	52805	121557	122323
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	484097	310610	505880	392536	853892
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195					
Дохід від участі в капіталі	2200					
Інші фінансові доходи	2220	15250	5469	6454	16290	17117
Інші доходи	2240		248		17708	
Дохід від благодійної допомоги	2241					
Фінансові витрати	2250	4346	2938	1658	1010	899
Втрати від участі в капіталі	2255					
Інші витрати	2270	1485	1096	430	5622	1512
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275					
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	493156	312293	510246	419902	868598
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295					
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	89274	56225	91932	75486	156348
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305					
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	404242	256068	418314	344416	712250
Чистий фінансовий результат: збиток	2355					

Джерело: [31]