

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

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Спеціалізація (освітня програма) «Бізнес-економіка»

Денна форма навчання

**КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
ПІТІК ВЛАДИСЛАВА СЕРГІЙОВИЧА**

на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Пітік В.С.*

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доц.

_____ Швидка О.П

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

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

І.М. Рєпіна

Київ 2022

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	Ошибка! Закладка не определена.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ	7
1.1 Сутність і значення ефективності діяльності підприємства	7
1.2 Методичні підходи до оцінювання ефективності функціонування бізнесу	13
1.3 Напрями та способи підвищення ефективності функціонування бізнесу	20
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПП «СІВЕРПРОДУКТ»	28
2.1 Організаційно-економічна характеристика бізнесу компанії	28
2.2 Аналіз фінансово-економічного стану бізнесу	34
2.3 Оцінка показників ефективності функціонування бізнесу	47
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПП «СІВЕРПРОДУКТ»	58
3.1 Основні проєктні рішення з підвищення ефективності функціонування бізнесу	58
3.2 Економічне обґрунтування доцільності реалізації розроблених проєктних заходів	72
3.3 Прогнозні показники ефективності функціонування бізнесу	77
ВИСНОВКИ	81
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	85
ДОДАТКИ	

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

- ВР – обсяг реалізованої продукції за рік;
- ОФ – середньорічна вартість основних засобів;
- П – прибуток, одержаний за певний період;
- $N_{\text{обл}}$ – виробнича потужність обладнання;
- K_N – кількість відпрацьованих верстато-змін;
- n – кількість одиниць обладнання;
- ОК – середні залишки оборотних коштів;
- Д – кількість днів у періоді;
- $K_{\text{об}}$ – коефіцієнт оборотності ОК;
- ЖП – витрати живої праці (людино-години);
- Ч – середньооблікова чисельність працівників;
- $\Phi_{\text{оп}}$ – фонд оплати праці;
- $\Delta П$ – щорічний приріст прибутку від здійснення капітальних вкладень;
- КВ – сума капітальних вкладень;
- С – собівартість продукції;
- ЧП – чиста продукція в порівнянних цінах за рік;
- $Ч_{\text{пр}}$ – витрати ресурсів, що відображені чисельністю працівників;
- ЕВА – економічна додана вартість.

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що в сучасних ринкових умовах поняття «ефективність підприємства» є однією з важливих характеристик прибутковості бізнесу та ефективності його управління, що сприяє його подальшому функціонуванню та розвитку. В умовах високого рівня невизначеності, конкуренції, наявності різного роду кризових явищ, наявності різноманітних політичних та економічних проблем у країні та неузгодженості рішень керівників всередині компанії підвищення ефективності діяльності підприємства стає пріоритетом вирішення цих проблем. Необхідність підвищення рівня результативності та вдосконалення управління на підприємстві полягає не тільки у формуванні нових цілей, завдань і принципів управління, у задоволенні потреб споживачів та розширенні ринкових можливостей компанії, а й у оперативному, своєчасному реагуванні топ-менеджменту підприємства на негативний вплив зовнішніх і внутрішніх факторів зовнішнього середовища на бізнес. І в цьому сенсі головною метою підвищення ефективності функціонування бізнесу є, насамперед, раціональне використання всіх ресурсів компаній та їх потенціалу в цілому, а по-друге, формування нових концепцій сучасного менеджменту.

Вагомий внесок у трактування поняття «ефективність» та розгляд теоретичних та практичних питань щодо підвищення ефективності функціонування бізнесу належить таким вітчизняним та закордонним вченим, як П. Друкеру, М. Майєру, В. Петі, В. А. Андрейчуку, А. В. Дейнеко, А. І. Ільїній, В. В. Ковальовій, Г. О. Швиданенко, Л. С. Захаркіній, Р. А. Кушвахі, Р. В. Андрійчуку, Р. Беннету, П. Ю. Буряк, І.В. Сердюку, О. Г. Гупало, О. О. Вороніну, Ф. В. Зинов'єву, Н. В. Савенко, С. Н. Немировичу та багато ін. У наукових публікаціях зазначених вчених висвітлюються основні питання щодо розробки заходів з підвищення показників ефективності, удосконалення методології її оцінювання тощо.

Об'єктом дослідження є процеси підвищення ефективності за сучасних умов функціонування бізнесу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних питань щодо визначення, оцінювання та забезпечення зростання ефективності функціонування бізнесу.

Метою кваліфікаційної магістерської роботи є розробка та економічне обґрунтування проекту підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ».

З урахуванням сформованої мети дослідження було поставлено та виконано такі завдання:

- розкрито сутність і значення ефективності діяльності підприємства;
- висвітлено методичні підходи до оцінювання ефективності функціонування бізнесу;
- визначено напрямки підвищення ефективності функціонування бізнесу;
- оцінено ефективність функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»;
- проаналізовано потенціал забезпечення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»;
- сформовано проект підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»;
- обґрунтовано економічну доцільність реалізації розробленого проекту підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»;
- зроблено прогнозне оцінювання показників ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за умови реалізації розроблених рекомендацій.

При виконанні завдань даної роботи було використано такі *методи дослідження*: загальні методи – аналізу, синтезу, ідентифікації, формалізації, класифікації, систематизації; спеціальні методи – фінансового та маржинального аналізу, оцінювання ефективності діяльності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за факторним

аналізом; оцінювання доцільності реалізації запропонованих рекомендацій для ПП «СІВЕРПРОДУКТ» - методом інвестиційного аналізу.

Практичне значення отриманих результатів. Практична значущість роботи полягає у тому, що реалізація розроблених рекомендацій забезпечує зростання прибутковості функціонування ПП «СІВЕРПРОДУКТ».

Інформаційною базою дослідження є наукові роботи (монографії, наукові статті, журнали) зарубіжних та вітчизняних учених, в яких опубліковано фундаментальні положення та результати теоретичних розробок. Інформація аналітичних, маркетингових і рейтингових агенцій, фінансова та управлінська звітність ПП «СІВЕРПРОДУКТ», а також інформація, взята з офіційних сайтів мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

1.1 Сутність і значення ефективності діяльності підприємства

Успішне здійснення будь-яких видів господарської діяльності обов'язково веде компанію до підвищення його власного капіталу та отримання додаткового прибутку, що зрештою в ринкових умовах є проявом основної мети функціонування бізнесу. Задоволенню потреб населення та потенційних споживачів, а також одержанню підприємством доходів від реалізованої продукції, робіт та послуг сприяють усі види відомих методик, які спрямовані на розширення асортименту товарів, покращення організаційної структури підприємства, вихід на нові ринки, підвищення ефективності функціонування бізнесу загалом.

Характеристика економічної ефективності функціонування бізнесу, вимагає представлення теоретичних аспектів переліку певних понять таких як «ефект», «ефективність», «результативність», «рентабельність», «доходність», «прибутковість» та «ефективність діяльності», які спочатку на перший погляд здаються всі однаковими. Але, це не зовсім так. Кожне поняття має відмінну економічну сутність і методологічний інструментарій для аналізу та оцінювання [1]. У табл.1.1 представлено різноманітність трактувань ефективності з погляду науковців, які вивчали це питання.

Таблиця 1.1 – Визначення терміну ефективність

Автор	Характеристика
1	2
В. Андрійчук	Ефективність – це результативність певної дії чи процесу, яку можна виміряти співвідношенням між одержаним результатом та витратами, що були понесені для його досягнення.

Продовження табл.1.1

1	2
М. Аджавенко	Ефективність виступає результатом змін в політичній економіці, яка передбачає створення нових господарських систем з новими підходами до визначень багатьох економічних понять.
Р. Майстро	Ефективність діяльності підприємства характеризується його здатністю формувати власні цілі, враховуючи зовнішні та внутрішні фактори та досягати поставлені цілі за допомогою відповідних засобів та методів, дотримуючись позитивного відношення витрат та результатів діяльності підприємства.
Т. Косянчук	Ефективність виступає результатом господарювання підприємства, що характеризується наслідками його діяльності в різних сферах, а саме: фінансовій, операційній, інвестиційній, екологічній, соціальній.
В.Нусінов, А. Турило, А. Темченко	Ефективність є результативність, тобто результат діяльності (ефект), який одержує суспільство, підприємство або окрема людина на одиницю використаних (чи застосованих) ресурсів.
П. Друкер	Результативність – це наслідок певних процесів, виконання завдань та функцій, досягнення мети та цілей, а ефективність розглядається як наслідок правильності таких дій.
Л. Федулова	Економічна ефективність – такий стан справ, за якого неможливо здійснити жодної зміни, яка більш повно задовольняє бажання однієї людини, не перешкоджаючи задоволенню бажань іншої людини.
В. Лямець, А. Тевяшев	Ефективність – це не просто властивість операції (процесу функціонування системи, що відбивається в її здатності давати певний ефект, а дієвість такої здатності, тобто результативність, співвіднесена з ресурсними витратами.
П. Орлов	Ефективність – співвідношення результату або ефекту будь-якої діяльності і витрат, пов'язаних з її виконанням. Причому це може бути як співвідношення результату і витрат, так і співвідношення витрат і результатів діяльності.

Джерело: сформовано автором на основі [2-9, 12]

Виходячи із значення ефективності, «ефект» – це результат реалізації заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва за рахунок економії та раціонального використання всіх виробничих ресурсів [10].

Економічна ефективність - це поняття, яке використовується з метою оцінювання результатів господарської діяльності компанії, порівнюючи його з тими зусиллями, з якими була пов'язана відповідна діяльність підприємства. Основний якісний фактор економічного зростання будь-якої організації проявляється в її економічній ефективності, що забезпечує абсолютне зростання результатів компанії,

використовуючи при цьому ту саму величину зусиль. До складу економічної ефективності входить рентабельність, яка являється загальним показником ефективності [11].

Ключовий індикатор розвитку підприємств, і навіть економіки загалом, характеризується економічною ефективністю інвестицій. Тільки ті інвестиції, які дають можливість отримувати прибуток, вважаються ефективними. Загальна кумулятивна прибутковість, що створюється протягом життя економічної інвестиції, має на меті повне відшкодування інвестиційних витрат та максимізацію додаткового прибутку, що є однією з цілей компанії.

Рентабельність визначається як здатність підприємства, і є одним з економічних інструментів компанії для забезпечення прибутку від його господарської діяльності, отриманого від використання всіх видів наявних у нього ресурсів, є рентабельність. Рентабельність є також вирішальним фактором в основі якого лежать усі рішення, що стосуються управління діяльності компанії та комунікацій з діловими партнерами. І в цьому сенсі зазначений економічний інструмент є важливим критерієм в оцінці економічної ефективності [11].

Рентабельність - це одна з найважливіших форм, що входить до складу економічної ефективності. В економічній діяльності та залучених чи споживаних ресурсах, незалежно від різноманітності їх видів, зрештою відбувається матеріалізація економічних ефектів, що відображається у прибутку підприємства. Безумовно, економічна ефективність виробництва на рівні підприємства відображається у вигляді прибутку та рентабельності, які, у свою чергу, тісно пов'язані з іншими показниками, що використовуються у розрахунках таких економічних показників компанії як продуктивність праці, собівартість та якість продукції тощо. З зазначених показників продуктивність праці найбільше впливає на прибуток і рентабельність, що, з одного боку при сприятливих умовах, забезпечує зростання прибутку через нарощування обсягів виробництва, з другого боку, через оптимізацію витрат за виробництво одиниці виробленої продукції [11].

Аналізом смислових відмінностей між поняттями ефективність та результативність займався П.Друкер [12], який зазначав, що «результативність» (effectiveness) проявляється у тому, щоб «робити правильні речі» (doing the right things), а «ефективність» (efficiency) – «робити речі правильно» (doing thing sright). Висновки до такої відмінності було зроблено вченим, виходячи з однокорінних слів, але які при цьому по-різному пишуться і вимовляються. Свідотством наявності відмінності між двома формами ефективності є й ще той факт, що у всіх словниках перекладається «effectiveness» та «efficiency» як «ефективність».

Прийнято розрізнявати перелік певних видів ефективності, які залежать від складових елементів внутрішнього і зовнішнього середовища з якими зіставляється результат. Серед видів ефективності можна виділити ефективності капіталу та управління, статичну ефективність та динамічну (рис.1.1).



Рисунок 1.1 – Класифікація ефективності за видами

Джерело: розроблено автором на основі [13-19]

Статична ефективність проявляється в управлінні діяльністю корпоративних структур, спрямованих на короткостроковий період, вирішуючи при цьому тактичні цілі та оперативні завдання, і непов'язаний з повноцінним якісним оновленням чи модернізацією виробничої бази.

Щодо динамічної ефективності, то вона пов'язана з досягненням більш високих результатів, використовуючи при цьому гнучке варіювання ресурсів та зміни технологій за тривалий період часу. Вона є основним способом забезпечення конкурентоспроможності компанії у довгостроковій перспективі.

Крім названих видів розрізняють ще й інші види ефективності, серед яких - зовнішня, внутрішня та загальна (інтегральна).

– Зовнішня ефективність розглядається як можливість проявлення зовнішнього потенціалу підприємства. Відображається у швидкому пристосуванні до зовнішніх змін ринкового середовища шляхом задоволення існуючих потреб споживачів;

- Внутрішня ефективність розглядається як проява внутрішнього потенціалу підприємства. Раціональне використання всіх наявних видів ресурсів (трудові, матеріальні, фінансові, енергетичні), виробництво продукції з оптимальним використанням зазначених витрат;

– Інтегральна ефективність – об'єднує зовнішню та внутрішню ефективності.

По *відношенню результату до витрат* – цей вид класифікації ефективності відрізняється абсолютною та відносною ефективністю. Абсолютна ефективність характеризується ефективністю витрат, які були понесені внаслідок отримання економічного ефекту. Порівняння витрат та результатів різних варіантів дає показник порівняльної ефективності, що характеризує їхні економічні переваги.

Абсолютна і порівняльна ефективності виробництва тісно та органічно пов'язані між собою, оскільки обґрунтування та вибір найкращого варіанту вирішення виробничого завдання базуються на порівнянні показників абсолютної ефективності виробництва (питомі капітальні вкладення та фондомісткість продукції, трудомісткість та матеріаломісткість виробництва, собівартість та рентабельність продукції тощо).

Залежно від спрямованості очікуваного результату, ефективність

підрозділяється на:

- економічну;
- соціально-економічну;
- інституційну;
- соціальну;
- екологічну.

Недолік цієї класифікації проявляється у відсутності в цих поняттях чітких меж. В економічній літературі також пропонується класифікувати ефективність *за видом вироблених витрат*. Відповідно до даної класифікаційної ознаки виділяють такі групи ефективності:

- виробництва – співвідношення результату до виробничих затрат;
- управління - співвідношення результату до управлінських витрат;
- інвестицій - це результат від інвестування по відношенню до основного, оборотного та людського капіталів;
- обміну (трансакційні витрати) - результат збутової діяльності порівняно з окупністю трансакційних витрат;
- споживання – співвідношення ефективності з споживчими витратами.

Отже різноманітність трактувань ефективності свідчить про те, що не існує загального поняття цього терміну. Основним якісним фактором економічного зростання будь-якої організації є її економічна ефективність, яка забезпечує абсолютне зростання результатів компанії. Загальним показником ефективності є рентабельність. Ефективність розрізняють за певними видами, які залежать від складових елементів внутрішнього і зовнішнього середовища з якими зіставляється результат.

1.2 Методичні підходи до оцінювання ефективності функціонування бізнесу

Для повної оцінки показників ефективності функціонування використовується набір даних, що відображаються в бухгалтерській, грошовій, управлінській та іншій бухгалтерській звітності підприємства. Тобто, ефективність - це оцінка та порівняння результатів, отриманих від господарської діяльності підприємства, із кількістю витрачених для цього ресурсів. Цей показник вказує не тільки на результат, а й на те, як він був досягнутий. Тому для розрахунку використовуються відносні показники функціонування підприємства, які були розраховані на основі результатів і витрат у процесі його діяльності.

Оцінювати ефективність виробничої діяльності підприємства, такі науковці як А.В. Гречко, А.С. Гречухін та І.В. Ковальчук, пропонують на основі певного інструментарію, виокремлюючи при цьому використання традиційного та багатofакторного підходів [20].

Традиційний підхід базується на класичній моделі DuPont, яка характеризує рентабельність капіталу і передбачає оцінку ефективності на основі двох груп показників - узагальнюючих показників першого рівня, що відображають ефективність діяльності підприємства в цілому. У ході їх обґрунтування показники ефективності порівнюються з витратами всіх ресурсів, показниками другого рівня. Останні оцінюють ефективність використання окремих видів ресурсів компанії [20].

Через складність розрахунків і використання спеціальних індексів багатofакторний підхід використовується дуже рідко, оскільки для проведення певної оцінки потрібно багато часу і не завжди вдається знайти вихідні дані для розрахунків. Через свою складність цей метод відійшов від сучасної практики, а показники, що використовуються в цьому підході, не стали загальновизнаними [20].

Для більш простого та ретельного аналізу функціонування бізнесу використовують збалансовану систему показників – ZSP (BSC), KPI, до якої входять різного роду показники, як фінансові так і нефінансові, з використанням комплексного підходу. У цьому випадку рентабельність відходить на другий план. Система показників за цим методом об'єднує більшість існуючих показників у певні групи, що дозволяє більш детально аналізувати економічну ефективність підприємства. Однак через складність застосування та обмеження ця система показників поступається традиційним методам щодо оцінки ефективності господарської діяльності компанії.

Детально розглянемо традиційний підхід, який було засновано на рентабельності. Для аналізу функціонування бізнесу використовують декілька груп показників. Показники першого рівня оцінки ефективності господарської діяльності компанії: рентабельність власного капіталу; рентабельність активів; рентабельність продукції; рентабельність продажу; рентабельність операційної діяльності; рентабельність інвестицій.

Більш детально аналізувати ефективність функціонування бізнесу дозволяють показники другого рівня, оскільки використовують певні види ресурсів і концентрують на них увагу. Показники ефективності господарської діяльності компанії краще аналізувати в динаміці, оскільки абсолютну величину не можна порівнювати з альтернативними величинами.

Для оцінки ефективності використання основних засобів компанії використовують такі показники: віддача основних засобів та рентабельність основних засобів.

При оцінці ефективності використання трудових ресурсів підприємства використовують групу показників, що показують відношення обсягу реалізованої продукції, товарообігу та прибутку до середньооблікової чисельності працюючих або суми витрат праці на одного робітника: виробітку, трудомісткості, продуктивності праці.

Ефективність використання основних фондів компанії визначають на основі аналізу активів підприємства, які мають відповідну вартість і не втрачають матеріальної форми у процесі виробництва, формують виробничо-технічну базу та виробничий потенціал компанії. Оцінювання ефективності задіяних основних засобів поводять за допомогою таких показників як фондівіддачі (ФВ), фондомісткості (ФМ), рентабельності основних засобів ($R_{OЗ}$).

Оцінка ефективності функціонування бізнесу посідає важливу роль у системі його діяльності та управлінні, відповідно для подальшого розвитку компанії, а також формування його стратегічних і тактичних цілей, можуть бути використані результати, які було отримано в процесі оцінювання показників ефективності підприємства [20]. Узагальненим показником ефективності використання всіх наявних видів ресурсів у підприємства є ефективність його фінансово-господарської діяльності, складові та основні показники якого відображено на рис. 1.1. (табл. 1-6).



Рисунок 1.1 – Складові та основні показники ефективності функціонування бізнесу

Джерело: розроблено автором на основі [21]

Для більш детального розгляду у таблицях 1.2-1.3 представлено узагальнений вигляд кожного показника та наведено формули їх обрахунків.

Таблиця 1.2 – Видова характеристика показників ефективності функціонування бізнесу

Назва показника	Характеристика показника	Формула розрахунку
1	2	3
1. Показники ефективності використання основних засобів підприємства		
1.1. Фондовіддача	Виражає ефективність використання засобів праці, показує, скільки готової продукції виробляється на одиницю основних виробничих фондів на підприємстві.	$ФВ = ВР / ОФ$
1.2. Фондомісткість	Показує вартість основних виробничих фондів підприємства, яка припадає на одиницю вартості валової продукції	$ФМ = ОФ / ВР = 1 / ФВ$
1.3. Рентабельність ОФ	Характеризує рівень ефективності використання основних фондів підприємства	$R_{оф} = П / ОФ * 100\%$
1.4. Коефіцієнт використання обладнання	Показує відношення фактичної продуктивності обладнання компанії до його нормативної продуктивності	$K_N = ВР / N_{обл}$
1.5. Коефіцієнт змінності обладнання	Відображає кількість змін роботи виробничого обладнання	$K_3 = K_{ст.зм} / n$
2. Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства		
2.1. Коефіцієнт оборотності ОК	Показує ефективність використання оборотних коштів на підприємстві	$K_{об} = ВР / ОК$
2.2. Коефіцієнт завантаженості	Характеризує величину оборотних коштів на 1 грн реалізованої продукції підприємства	$K_3 = ОК / ВР$
2.3. Тривалість обороту	Відображає тривалість обороту коштів, днів	$T_{об} = Д / K_{об}$
2.4. Рентабельність оборотних коштів	Показує відношення прибутку підприємства до середніх залишків оборотних фондів за певний період	$R_{ок} = П / ОК * 100\%$
3. Показники ефективності використання трудових ресурсів підприємства		
3.1. Продуктивність праці	Характеризує обсяг продукції, вироблений за одиницю часу, або витрат часу на виробництво одиниці продукції	$ПП = ВР / ЖП$

Продовження табл. 1.2

1	2	3
3.2. Трудомісткість продукції	Показує затрати робочого часу на виробництво одиниці продукції або обсягу виготовленої продукції	$ТП = ЖП / ВР = 1 / ПП$
3.3. Фондоозброєність	Показує вартість основних виробничих фондів, що припадає на одного працівника	$ФО = ОФ / Ч$
3.4. Зарплатомісткість продукції	Визначає, як и й о б с я г з/п припадає на 1 грн готової продукції	$З_м = \Phi_{оп} / ВР$
4. Показники ефективності використання капітальних вкладень підприємства		
4.1. Коефіцієнт ефективності капітальних вкладень	Визначає абсолютну ефективність інвестицій	$E_b = \Delta П / КВ$
4.2. Термін окупності капітальних вкладень	Період часу в роках, за який побудоване чи реконструйоване підприємство забезпечує накопичення прибутку в розмірах, що дорівнюють здійсненим капітальним вкладенням	$T_{ок} = КВ / \Delta П = 1 / E_b$
4.3. Зведені витрати	Дорівнює сумі поточних витрат на одиницю продукції за i -м варіантом (C_i) та добутку нормативного коефіцієнта ефективності (E_n) та питомих (на одиницю продукції) капітальних вкладень за i -м варіантом. Найкращим буде варіант з мінімальним значенням зведених витрат	$v_i = C_i + E_n * K_i \rightarrow \min$
5. Узагальнюючі показники ефективності діяльності підприємства		
5.1. Норма прибутковості	Характеризує величину чистого прибутку, що приходить на одиницю інвестиційних вкладень	$H_{пр} = П / (ОФ + ОК)$
5.2. Рентабельність продукції	Характеризує ефективність витрат на виробництво продукції	$R_{продукції} = П / С * 100\%$
5.3. Коефіцієнт ефективності використання ресурсів	Характеризує рівень поточних витрат на виробництво продукції (робіт / послуг)	$K_p = ЧВР / (Ч_{пр} + (ОФ + ОК) * K_{спв})$

Джерело: сформовано автором на основі [22-26]

На практиці сучасний менеджмент, окрім розглянутих вище показників, розглядає, аналізує та оцінює ще й перелік показників рентабельності фінансово-господарської діяльності компанії, що відображено у табл.1.3, модифіковані форми

якого залежать від певних показників доходної складової, яку застосовують для розрахунків (фінансовий результат / валовий прибуток / чистий прибуток) і певні види ресурсів (ресурси / витрати / інвестиції / капіталовкладення / інше).

Таблиця 1.3 – Показники рентабельності фінансово-господарської діяльності підприємства

Показник	Формула розрахунку
1	2
1. Рентабельність активів	$R = \Pi / A_{\text{сер}} * 100\%,$ де Π – прибуток підприємства до оподаткування, одержаний від усіх видів діяльності за рік, грн; $A_{\text{сер}}$ – середньорічна вартість активів, грн.
2. Рентабельність власного капіталу	$R = \text{ЧП} / A_{\text{сер}} * 100\%,$ де ЧП – чистий прибуток підприємства за рік, грн.
3. Рентабельність статутного капіталу	$R = \text{ЧП} / \text{СтК} * 100\%,$ де СтК – статутний капітал підприємства, грн.
4. Рентабельність продукції	$R_{\text{прод}}^{\text{заг}} = \Pi_{\text{заг}} / (C_{\text{вир}} + C_{\text{адм}} + C_{\text{збут}}) * 100\%,$ де $R_{\text{прод}}^{\text{заг}}$ – рентабельність продукції (загальна), %; $\Pi_{\text{заг}}$ – прибуток (загальний) підприємства річний, грн; $C_{\text{вир}}$ – собівартість продукції виробнича, грн; $C_{\text{адм}}$ – адміністративні витрати, грн; $C_{\text{збут}}$ – витрати на збут продукції, грн.
	$R_{\text{прод}}^{\text{ч}} = \text{ЧП} / (C_{\text{вир}} + C_{\text{адм}} + C_{\text{збут}}) * 100\%,$ де $R_{\text{прод}}^{\text{ч}}$ – рентабельність продукції за чистим прибутком, %; ЧП – чистий прибуток, грн.
	$R_{\text{прод}}^{\text{ч}} = \text{ЧП} / C_{\text{вир/зб}} * 100\%,$ де $C_{\text{вир/зб}}$ – річні витрати на виробництво та збут продукції, грн.
5. Рентабельність продажу	$R_{\text{продажу}}^{\text{заг}} = \Pi_{\text{заг}} / \text{ВР} * 100\%,$ де $R_{\text{продажу}}^{\text{заг}}$ – рентабельність продажу загальна, %; ВР – обсяг реалізованої продукції, грн.
	$R_{\text{продажу}}^{\text{ч}} = \text{ЧП} / \text{ВР} * 100\%,$ $R_{\text{продажу}}^{\text{ч}}$ – чиста рентабельність від реалізації продукції, %
6. Валова рентабельність основної діяльності	$R_{\text{вал}} = \Pi_{\text{вал}} / C_{\text{рп}} * 100\%,$ де $\Pi_{\text{вал}}$ – валовий прибуток, грн; $C_{\text{рп}}$ – собівартість реалізованої продукції, грн.
7. Рентабельність операційної діяльності	$R_{\text{од}} = \Pi_{\text{од}} / C_{\text{опер}} * 100\%,$ де $\Pi_{\text{од}}$ – прибуток від операційної діяльності, грн; $C_{\text{опер}}$ – операційні витрати, грн.

Продовження табл. 1.3

1	2
8. Рентабельність звичайної діяльності	$R_{зд} = П_{зд} / C_{опер} * 100\%,$ де $П_{зд}$ – прибуток від звичайної діяльності, грн; $C_{опер}$ – операційні витрати, грн.
9. Рентабельність господарської діяльності	1) загальна оцінка ефективності функціонування бізнесу: $R_{гд} = П_{гд} / C_{опер} * 100\%,$ де $П_{гд}$ – прибуток від господарської діяльності, грн; $C_{опер}$ – операційні витрати, грн. б) оцінка ефективності функціонування бізнесу для власника: $R_{гд} = ЧП / C_{опер} * 100\%,$ де $ЧП$ – чистий прибуток від господарської діяльності, грн; $C_{опер}$ – операційні витрати, грн

Джерело: сформовано автором на основі [27]

На зміну рівня показників рентабельності впливає конфігурація організаційно-технічних та економічних причин виробництва та продажу продукції (робіт / послуг). Тож в процесі аналізу показників рентабельності компанії необхідно з'ясувати, які причини найбільше вплинули на підвищення чи зниження рівня рентабельності та створити відповідні заходи щодо підвищення ефективності функціонування бізнесу.

Методичним інструментарієм підвищення рівня ефективності функціонування бізнесу визнано методологію, пов'язану з економічним аналізом, менеджментом, фінансовим аналізом та маркетингом у тому числі з використанням таких методів дослідження як розрахунковий, графічний, матричний, комбінований тощо, з певним переліком своїх переваг і недоліків, а також одночасне практичне застосування декілька з них доповнюють і покращують результат оцінки ефективності, який пов'язаний як з функціонуванням бізнесу так і з його розвитком.

Отже аналіз ефективності функціонування будь-якого бізнесу проводиться за допомогою цілого комплексу показників, які поділяють на певні групи. Головною метою оцінки ефективності діяльності підприємства є пошук та знаходження потенційних можливостей для зростання всіх зазначених показників, а також коригування чи усунення факторів, що гальмують розвиток бізнесу.

При аналізі оцінки ефективності бізнесу насамперед значну увагу приділяють фінансовим показникам. Вони виступають орієнтирами, коли оцінюють

кредитоспроможність, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість вітчизняних компаній.

1.3 Напрями та способи підвищення ефективності функціонування бізнесу

Швидке зростання компанії – це те, до чого прагне будь-який власник бізнесу, однак, разом із швидким зростанням починаються управлінські проблеми, які негативно впливають на клієнто-орієнтованість, витрати та швидкість реакції компанії на ринку. Тому з погляду управлінських практик доцільним є розгляд існуючих способів підтримки зростання компанії. Отже виділемо найефективніші напрями підвищення ефективності функціонування бізнесу (рис.1.2).

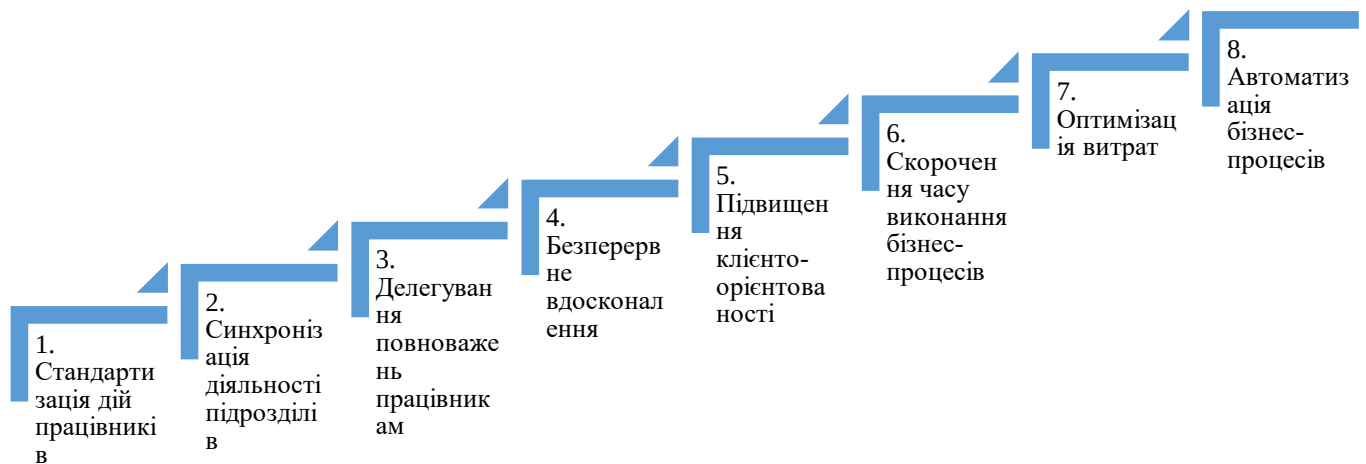


Рисунок 1.2 – Напрями підвищення ефективності функціонування бізнесу

Джерело: розроблено автором на основі [28-31]

1. Стандартизація дій працівників

У багатьох компаніях можна виявити, що винахід велосипеда повторюється знову і знову, плинність співробітників призводить до того, що кращі практики виконання операцій часто губляться з приходом нового фахівця. А при активному зростанні компанії, ті, хто раніше були виконавцями, раптом стають керівниками

підрозділів, і часто без відповідних управлінських навичок, що призводить до втрати якості виконання операцій.

Відсутність у компанії системи стандартизації операцій призводить до критичних помилок при ротації або заміні персоналу, а також до тривалого навчання нових співробітників, коли вони змушені просити «старослужбовців» посвятити їх у специфічні особливості необхідних дій. Є безліч прикладів, коли компанія втрачала серйозні суми лише через те, що співробітник не отримав під час передачі справ від свого попередника необхідних знань для виконання тієї чи іншої операції.

Для підтримки необхідного рівня якості виконання операцій та мінімізації операційних ризиків при зростанні та розвитку компанії, керівнику потрібно формувати систему стандартизації операцій, створюючи операційні чи посадові інструкції. Формат даних інструкцій може бути різноманітним, починаючи від класичних документів, що містять короткий опис дій того чи іншого співробітника, і закінчуючи відеороликами, які містять записи найефективніших способів виконання тієї чи іншої операції.

Система стандартизації операцій наповнюється силами співробітників, і головне тут спочатку задати формат та шаблон збору інформації, а також забезпечити мотивацію виконавців у підрозділах для створення операційних інструкцій. Після того, як ключові операції підрозділів описані, на регулярній основі необхідно силами тих же співробітників актуалізувати створені інструкції, для того, щоб кращий досвід не губився і був доступний знову.

2. Синхронізація діяльності підрозділів

Не секрет, що в багатьох компаніях існують конфлікти між функціональними підрозділами, які викликані розбіжностями в їх цілях, а також внутрішніми протиріччями. Швидке зростання компанії призводить до ще більшого посилення вертикальних бар'єрів у компанії, люди з різних підрозділів перестають спілкуватися між собою, що ускладнює їхню комунікацію при виконанні того чи іншого бізнес-процесу.

Для синхронізації роботи функціональних підрозділів та мінімізації кількості конфліктних ситуацій у майбутньому найбільш ефективно описати та стандартизувати крос-функціональні бізнес-процеси, в яких найчастіше і відбуваються нестиковки. Чим більше у бізнес-процесах учасників, тим ймовірніше, що при передачі завдань між ними виникне конфлікт, і тому саме там потрібно втрутитися та налаштувати «горизонтальну» взаємодію між співробітниками різних функціональних підрозділів.

У разі виникнення конфлікту на «стику» підрозділів, керівник повинен ініціювати нараду з усіма зацікавленими сторонами, щоб виробити системне рішення для виключення даного конфлікту в майбутньому, з описом усіх процедур та форматів взаємодії між підрозділами. Форматом закріплення домовленостей найчастіше є регламент кросс-функціонального бізнес-процесу, який затверджується верхньому рівні управління.

Якщо в організації недостатньо закріплення домовленостей у форматі регламенту для їх виконання, тоді необхідно автоматизувати крос-функціональний бізнес-процес, що дозволить впровадити і закріпити всі домовленості на рівні інформаційної системи, а значить контролювати їх дотримання вже в автоматизованому режимі.

3. Делегування повноважень працівникам

Часто можна побачити, що керівники компаній працюють з ранку до вечора, не шкодуючи себе, і чим більше стає компанія, тим напруженішим стає їхній графік. При цьому детальний аналіз завдань керівника часто показує, що частина їх цілком могла бути делегована на нижній «поверх» управління. Адже якщо логіка прийняття рішення визначено, то для прийняття цього рішення вже не потрібно залучення вищого управлінського ресурсу в компанії, і з цим завданням можуть справитися підлеглі.

Вертикальне стиснення бізнес-процесів має на увазі виключення керівника з рутинних бізнес-процесів та його перехід від оперативного управління до управління

за показниками. Якщо цього не відбувається, то керівник може стати «пляшковим шийкою» для ключових бізнес-процесів компанії, при цьому нижчі керівники можуть втратити будь-яку мотивацію самостійного прийняття рішення і стають лише маршрутизаторами і контролерами завдань між рівнями управління.

На практиці для делегування повноважень, керівник повинен максимально формалізувати логіку прийнятих рішень, після чого передати їх своїм підлеглим, що дозволить скоротити час виконання бізнес-процесів, а також оптимізувати їх за вартістю. При цьому рішення підлеглих повинні документуватися, якщо керівник захоче вибірково їх перевірити, на відповідність формалізованій логіці.

4. Безперервне вдосконалення

У рутині щоденної діяльності у рядових співробітників часто з'являються ідеї, як покращити той чи інший бізнес-процес, підвищити клієнто-орієнтованість або скоротити витрати, і якщо не мати системного інструменту фіксації та впровадження цих ідей у практику діяльності компанії, то компанія втрачатиме ці корисні ідеї, що зменшить її швидкість розвитку.

Створення банку ідей, у якому будь-який співробітник може подати свою пропозицію, з відповідним бізнес-процесом їх обробки та впровадження, дозволить розвинути зацікавленість персоналу в частині безперервного вдосконалення діяльності компанії, та може забезпечити залучення до генерації ідей не лише співробітників компанії, а й її клієнтів.

Реалізація банку ідей вимагає лише найпростішої форми для збору пропозицій, і вибудованого процесу вибору з поданих пропозицій найбільш цікавих, з точки зору їх впровадження. Але для того, щоб банк ідей запрацював на повну силу однієї форми прийому ідей та бізнес-процесу їх обробки мало, необхідно впровадити додаткову мотивацію для рядових співробітників, яка дозволить їм отримати премію за подану та впроваджену в практику пропозицію.

5. Підвищення клієнто-орієнтованості

Російський бізнес часто не розгорнутий до клієнта особою, і на практиці можна

побачити, що влада у компанії перерозподілена у бік виробничих підрозділів, які не дуже зацікавлені у наданні клієнту якісної послуги чи продукту. Таке ставлення до клієнта призводить до низької конверсії у продажах, відсутності повторних продажів та серйозного відтоку клієнтської бази.

Саме тому для багатьох компаній важливо замислитися про передачу влади з виробничих підрозділів до підрозділів, які працюють із ринком, щоб «голос клієнта» був почутий у всій компанії. Власниками ключових бізнес-процесів дедалі частіше призначаються керівники підрозділів продажу, адже саме вони формулюють потребу потенційного споживача для виробничих підрозділів, щоб забезпечити максимальну відповідність продуктів чи послуг компанії до потреб ринку.

Спробуйте подивитися на свої бізнес-процеси очима клієнта, проанкетувавши його або скориставшись послугою «таємний покупець», адже саме на підставі «голосу клієнта» можна визначити, що в існуючому бізнес-процесі, послуги чи продукті треба змінити підвищення задоволеності та лояльності клієнта.

6. Скорочення часу виконання бізнес-процесів

Зараз на багатьох ринках, де посилилася конкуренція, ключовою перевагою компанії є скорочення часу очікування клієнта. Тривалість відправки комерційної пропозиції, час прийняття рішення по кредиту, терміни розробки та виведення на ринок нового продукту, час доставки товару покупцю – все це вимагає регулярного перегляду часу реакції компанії в меншу сторону, адже якщо конкурент зробить це швидше, то клієнт швидше за все піде ньому. Саме тому скорочення часу виконання бізнес-процесів взаємодії з клієнтом стало необхідністю для багатьох компаній.

Інструментом оптимізації часу виконання бізнес-процесу є горизонтальне стиснення процесу, яке вимагає прибрати з бізнес-процесу всіх тих, без кого може обійтися в цьому процесі. Надмірна кількість виконавців і контролерів у процесі призводить до великого числа переходів відповідальності, зростання часу очікування необхідного ресурсу, виникнення черг і тривалих процедур узгодження результату, при цьому час виконання бізнес-процесу збільшується в рази, а якість процесу

фактично не покращується.

У рамках скорочення часу виконання бізнес-процесу можна поєднувати безліч операцій в одну, прибираючи з процесу зайвих виконавців, домагатися мінімізації часу очікування ресурсів, балансуючи завантаження виконавців за процесом, що дозволить прискорити процес у разі за незначної втрати якості.

7. Оптимізація витрат

Відсутність серйозної конкуренції у більшості російських галузей призвело до ситуації, коли більшість менеджерів не замислювалися про вартість тих чи інших операцій, і зараз, коли настав час оптимізації витрат, можна легко знайти найпростіші рутинні операції, які виконуються високооплачуваними співробітниками, що розташовуються в шикарних офісах, що часто робить ці операції невиправдано дорогими.

Розуміння вартості окремих операцій та бізнес-процесів загалом дозволяє визначити місця зайвих витрат, скоротивши які можна досить оптимізувати витрати. Крім цього, аналіз вартості бізнес-процесів дозволяє оцінити правильність ціноутворення і побачити ті процеси, продукти або послуги, які завдають компанії збитків.

Класичними способами зниження витрат без втрати якості є переведення операцій, що не потребують високої кваліфікації, в регіони з меншими зарплатами працівників та вартістю оренди офісних площ, а також заміна висококваліфікованих, а отже найдорожчих виконавців, на виконавців меншої кваліфікації з одночасною стандартизацією всіх дій .

У рамках оптимізації витрат, можна аналізувати фактичне завантаження співробітників всіх підрозділів, визначати наскільки вони завантажені поточною роботою, і чи виконується робота існуючої компетенції. Далі на підставі отриманих висновків можна приймати рішення про зниження заробітної плати або навіть заміну окремих працівників на працівників із меншою заробітною платою. Також для типових процесів зараз практикується виведення їх на аутсорсинг або перенесення в

центри обслуговування, розташовані в регіонах.

8. Автоматизація бізнес-процесів

Для повного бачення та контролю бізнесу компанії нерідко вдаються до автоматизації процесів. При проведенні автоматизації іноді допускається більше помилок, ніж під час ведення бізнесу. Часто вважають, що впровадження системи – це вирішення проблеми. Але треба розуміти, що система сама собою проблему не вирішує, вона її автоматизує. Компанія має чітко розуміти, які процеси потрібно автоматизувати та яким чином. Сьогодні компанії стали все частіше залучати до проектів спеціалістів-методологів, які знають, як і навіщо вибудувати логіку того чи іншого процесу, а також налагодити зв'язок із суміжними процесами.

Вибір інструментів та його конфігурацій також грає значну роль. Наприклад, деякі компанії помиляються, коли вибирають одну платформу для автоматизації всіх бізнес-процесів. Існують окремі інструменти для автоматизації конкретних функцій (таких, як управління виробництвом, стосунки з клієнтами, бюджетування тощо). Оскільки ERP-система в силу своєї універсальності не є найкращою в окремих галузевих рішеннях, то впровадження спеціалізованої системи (наприклад, CRM) буде кращим за будь-який аналогічний модуль, який є в ERP-системі. Залежно від виду діяльності та завдань компанії необхідно вибудувати свій IT-ландшафт та знайти баланс між ERP та спеціалізованими рішеннями.

Зараз існує безліч простих і головне недорогих IT-інструментів, які дозволяють не тільки автоматизувати окремі операції, але й перевести багатьох працівників на віддалену роботу, знизивши таким чином витрати на оренду офісу, з одночасним збільшенням рівня комфорту для співробітників, і як раз зараз настав час їх активно застосовувати.

Отже, створюючи своє підприємство, власник бізнесу хоче отримати як можна більше вигоди за мінімальних витрат. І якщо на початку такі результати можливі, то згодом активність може почати знижуватись. Потрібно розуміти причини, через які це відбувається. Знаючи джерела нових проблем, їх легко усунути.

Для підвищення ефективності функціонування бізнесу необхідно розробити ефективний план, що дає результат. Він повинен враховувати внутрішні завдання та роботу фірми, а також усі зміни зовнішніх обставин. Поєднуючи це з особливостями виробничих моментів, будуть знайдені способи підвищення ефективності виробництва та бажаний результат буде отриманий досить швидко.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика бізнеса компанії

Компанія «СІВЕРПРОДУКТ» зареєстрована 17 травня 2013 року за юридичною адресою: Україна, 14001, Чернігівська обл., м. Чернігів, вул. Індустріальна, буд.11-а. Повна назва досліджуваного підприємства – Приватне підприємство «СІВЕРПРОДУКТ» (далі - ПП «СІВЕРПРОДУКТ») з розміром статутного капіталу в 300 тис.грн.

ПП «СІВЕРПРОДУКТ» здійснює оптовий продаж кави і чаю, при цьому поступово розширюючи асортимент та збільшуючи межі своєї діяльності. Результатом сумлінної та завзятої праці колективу підприємства у постачаннях якісної продукції, своєчасного виконання замовлень, наполегливості щодо пошуку нових товарів стали збільшення товарообігу та знаходження надійних і постійних партнерів.

На сьогоднішній час, а саме липень 2022 р., стан організації заявлено як такий, що «не перебуває в процесі припинення». Основна інформація про досліджуване підприємство розміщена у табл.2.1.

Таблиця 2.1 – Основні відомості про ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Показник	Зміст
1	2
Повне найменування юридичної особи	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО СІВЕРПРОДУКТ
Скорочена назва	ПП "СІВЕРПРОДУКТ"
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	38709479
Дата реєстрації	17.05.2013

Продовження табл.2.1

1	2
Уповноважені особи	Марчевська Радислава Петрівна
Розмір статутного капіталу	300 000,00 грн.
Організаційно-правова форма	Приватне підприємство
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 46.37 Оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами. Інші: 10.39 Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів; 10.61 Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості; 10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання.

Джерело: сформовано автором за даними [32]

Сьогодні компанія обслуговує м. Чернігів, область та деякі інші регіони України. Асортимент ПП «СІВЕРПРОДУКТ» складається з чаю, кави, чіпсів, фісташок, арахісу, солоно-сушеної риби, насіння, широкого асортименту спецій і приправ, мінеральної та солодкої води, макаронних і кондитерських виробів, горіхів, какао, цукерок тощо.

Діяльність досліджуваного підприємства спрямована на забезпечення високого рівня задоволення потреб споживачів, що свідчить про такі ключові переваги ПП «СІВЕРПРОДУКТ», які відображаються в дотримуванні принципів його діяльності, як постачання лише якісної продукції, постійного розширення асортименту, оперативного і вчасного виконання замовлень, знаходження порозуміння з клієнтом, забезпечення доставки товару, а також високопрофесійної команди (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Мета та ключові переваги бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: розроблено автором за [33]

На кінець 2021 р. кількість працівників, які працюють в компанії, складає 48 осіб, з них 6 осіб – керівники (12,5% від загальної кількості працюючих), 12 - спеціалісти (25 %), 24 особи – робітники (50 %). Організаційну структуру управління ПП «СІВЕРПРОДУКТ» зображено на рис. 2.2.

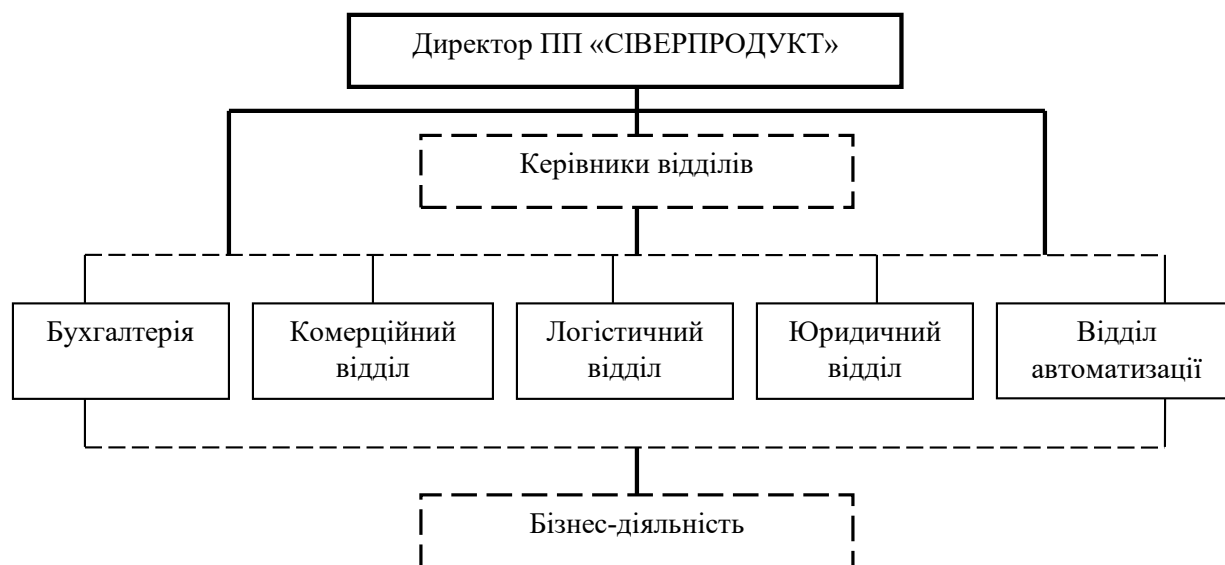


Рисунок 2.2 – Лінійно-функціональна структура управління ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності компанії

Завершуючи загальну характеристику функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» зробимо огляд його основних фінансових показників господарської діяльності та представимо результати на рис.2.3 у вигляді діаграми.

Дані рисунка свідчать про те, що в компанії за аналізований період 2019-2021 рр. прослідковується тенденція до зменшення обсягу чистого доходу, що є негативним і свідчить про скорочення обсягів наданих послуг споживачам в бізнес-діяльності підприємства. Так, у 2019 р. обсяг чистого доходу компанії мав значення 17 606,1 тис.грн., а вже на кінець 2021 р. знизився до позначки 15 047,8 тис.грн., що на 14,53 % менше в порівнянні з початком аналізованого періоду. Однак, незважаючи

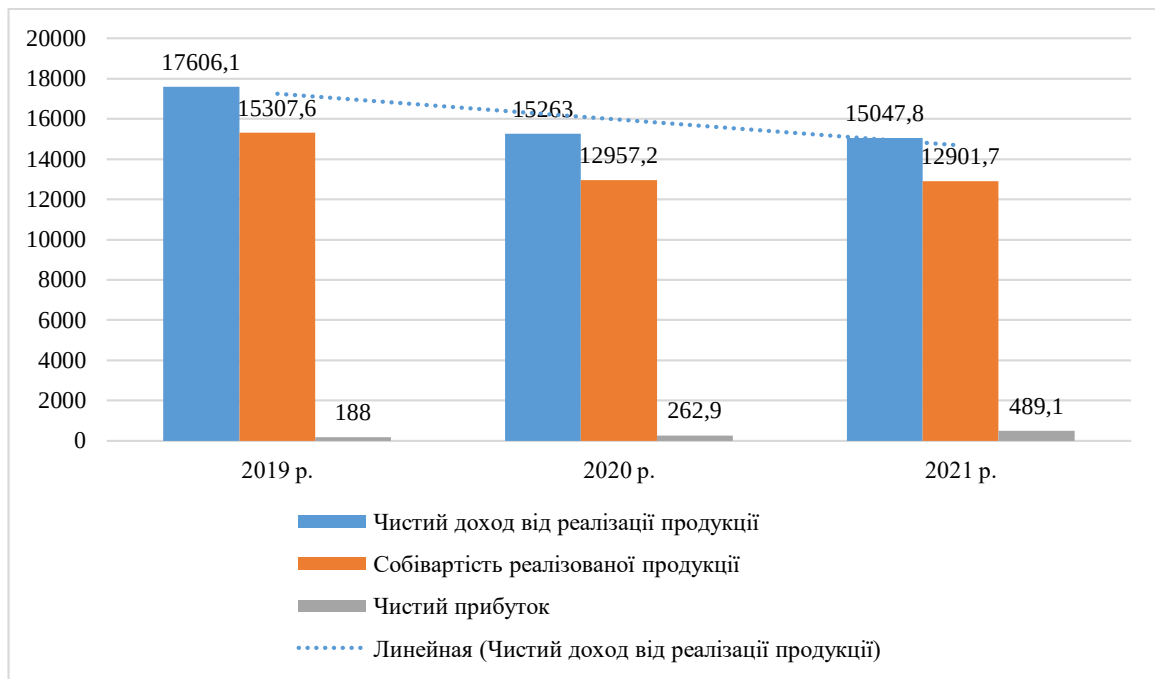


Рисунок 2.3 – Динаміка фінансових результатів діяльності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр., тис.грн.

Джерело: розраховано на основі фінансової звітності підприємства

на таку спадну динаміку щодо результатів чистого доходу ПП «СІВЕРПРОДУКТ», яка стала відображенням складної економічної ситуації та світової кризи, по'язаної з пандемією COVID-19, чистий прибуток протягом всього досліджуваного періоду має зростаючу динаміку, що, в свою чергу, свідчить про ефективність дій з боку менеджменту компанії.

На даний момент ПП «СІВЕРПРОДУКТ» - одна з найбільших в регіоні торгових компаній з реалізації продуктів харчування, відповідно доцільним буде відображення інформації щодо її прибутковості діяльності (табл.2.2).

Таблиця 2.2 - Показники прибутковості діяльності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1	2	3	4
1. Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн			
Всього	17606,1	15263	15047,8

Продовження табл.2.2

1	2	3	4
Товари зі складу	9119,96	9524,11	10036,88
Товари з Європи	8486,14	5738,89	5010,92
2. Частка товару у загальному обсязі реалізації продукції, %			
Товари зі складу	51,8	62,4	66,7
Товари з Європи	48,2	37,6	33,3

Джерело: сформовано автором за матеріалами підприємства

Дані табл.2.2 свідчать про те, що у періоді 2019 -2021 рр. найбільший розподіл обсягу чистого доходу від реалізованої продукції ПП «СІВЕРПРОДУКТ» припадає на товари зі складу, з його середньою часткою від загального обсягу реалізації - 60,3 %. Проаналізувавши структуру реалізації продукції за категоріями бачимо, що найбільшою є частка товарів вітчизняного виробництва зі складу, яка у 2021 р. складала 66,7 %, що на 14,9 % більше в порівнянні з початком досліджуваного періоду, а саме з 2019 р. Зростання обсягів реалізації категорії «Товари зі складу» зумовлено тим, що з 2019 р., по-перше, лінійка рослинних олій розширилася за рахунок додавання до асортименту нерафінованих олій, і по-друге, компанія значно розширила асортименту лінійку макаронних виробів, в яку додалися вироби з твердих сортів пшениці вітчизняного виробництва. Відповідно на зростання обсягів продажу у 2021 р. вплинули зазначені види товарів. Варто відмітити, що скорочення у загальній структурі реалізації макаронних виробів частки такої категорії товару, як «Приправи / вермішелі швидкого приготування» до 12,7 %, а також у структурі реалізації олії категорії «Олія рафінована» на 19,8%, свідчить про популяризацію українськими споживачами продуктів здорового харчування.

2.2 Аналіз фінансово-економічного стану бізнеса

Проведення аналізу фінансового-економічного стану бізнесу дозволяє оцінювати ключові фінансові показники господарської діяльності будь-якого підприємства та на цій основі виявляти найбільш суттєві аспекти, яким необхідно приділяти окрему увагу в оперативному управлінні.

Результати цього виду аналізу можуть бути використані як для оцінки власних результатів діяльності компанії, так і для оцінки доцільності та перспективності співпраці з потенційними контрагентами.

Сучасні умови господарювання все частіше змушують організації вдаватися до проведення такого аналізу, оскільки розуміння проблем у фінансовому стані може значно знизити ризик потенційного банкрутства.

Фінансовий аналіз досліджуваного підприємства буде охоплювати основні блоки, які зображені на рис.2.4.



Рисунок 2.4 – Етапи фінансового аналізу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: сформовано автором на основі [34; 35]

Отже першим етапом фінансового аналізу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» буде аналіз структури та динаміки активів компанії та їх джерел, метою якого є оцінка тенденцій зміни структури та розробка організаційно-економічних механізмів підвищення якості їх використання. Інформаційною базою аналізу слугує фінансова звітність підприємства (Додаток А).

Щоб виявити основні тенденції в динаміці та структурі активів побудуємо аналітичний баланс компанії. Крім того, в аналітичний баланс введемо графі, що дозволять визначити абсолютні та відносні величини, які характеризують динаміку та структуру активів. Обробку інформації, поданої в аналітичному балансі, здійснимо методами горизонтального, вертикального та трендового аналізів (табл.2.3).

На основі даних табл.2.3 можна зробити наступні висновки:

- позитивною в динаміці активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» в цілому за весь досліджуваний період є тенденція до їх зростання. Загалом збільшення обсягу активів компанії за 2019-2021 рр. відбулось на 1060,5 тис.грн. Однак, якщо говорити про темпи прирощення активів, то у 2020 р. спостерігається уповільнення, тобто темп приросту в порівнянні з попереднім роком відбувся тільки на 0,53%, тоді як у 2019 р. на 10,80%, а вже у 2021 р. в порівнянні з 2020 р. темп приросту сягнув майже до 37%;
- у структурі акивів компанії основну частку займають оборотні активи, які в середньому складають майже 94% (рис.2.5);
- вартість необоротних активів компанії загалом за досліджуваний період знизилася на 111,80 тис.грн., що призвело до зниження їх питомої ваги у загальній величині активів на 56,61%. Такі зміни в основному відбулися за рахунок зменшення основних засобів підприємства за їх залишковою вартістю, оскільки саме їх зміни відбулися за абсолютними і відносними прказниками, а саме на 95,8 тис.грн. або на 56,79%;
- за період 2019-2021 рр. вартість оборотних активів компанії збільшилась на 953,8 тис.грн., тобто на 46,66% або в 1,47 рази;

Таблиця 2.3 – Аналітичний баланс активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Показник	2018 р.		2019 р.				2020 р.				2021 р.			
	тис. грн.	стр- ра, %	тис. грн.	стр- ра, %	зміни		тис. грн.	стр- ра, %	зміни		тис. грн.	стр- ра, %	зміни	
					тис. грн.	прир, %			тис. грн.	прир, %			тис. грн.	прир, %
Активи	2023,2	100	2241,7	100	218,50	+10,80	2253,6	100	11,90	+0,53	3083,7	100	830,10	+36,83
Необоротні активи	201,90	9,98	197,50	8,81	-4,40	-2,18	134,70	5,98	-62,80	-31,8	85,70	2,78	-49,0	-36,38
Нематеріальні активи	0	-	16,0	0,71	16,0	-	5,40	0,24	-10,60	-66,25	0	-	-5,40	-100,0
Незавершені капітальні інвестиції	19,60	0,97	12,80	0,57	-6,80	-34,69	12,80	0,57	-	-	12,80	0,42	-	-
Основні засоби за залишковою вартістю	182,30	9,01	168,70	7,53	-13,60	-7,46	116,50	5,17	-52,20	-30,94	72,90	2,36	-43,60	-37,42
Оборотні активи	1821,3	90,02	2044,2	91,19	222,90	+12,24	2118,9	94,20	74,70	+3,65	2998	97,22	879,10	+41,49
Запаси	1131,3	55,92	1082,9	48,31	-48,40	-4,28	1067,9	47,39	-15,0	-1,39	944,20	30,62	-123,7	-11,58
Дебіторська заборгова-ність	413,80	20,45	688,10	30,70	274,30	+66,29	622,10	27,60	-66,0	-9,59	1324,5	42,95	702,40	+112,9 1
Гроші та їх еквіваленти	263,70	13,03	260	11,60	-1,44	-11,01	295,90	13,13	1,53	+13,2 1	266,50	8,64	-4,49	-34,18
Витрати майбутніх періодів	12,50	0,62	13,20	0,59	-0,03	+5,60	13,60	0,60	0,01	+3,03	15,30	0,50	-0,11	+12,50
Інші оборотні активи	0	-	0	-	-	-	119,40	5,30	5,30	-	447,50	14,51	9,21	+274,8

Джерело: фінансова звітність підприємства

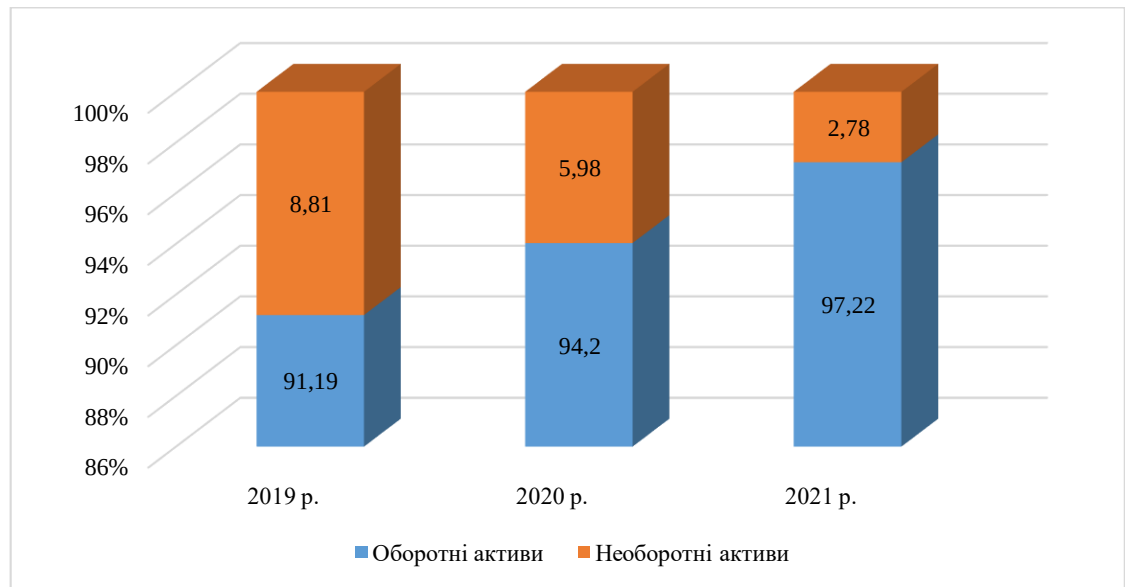


Рисунок 2.5 – Структура активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр., %

Джерело: фінансова звітність підприємства

- протягом 2019-2020 рр. у структурі оборотних активів компанії переважали запаси (готова продукція), частка яких на кінець 2020 р. складала 50,4% (табл.2.4, рис.2.6), але з тенденцією до зниження. Вже у 2021 р. їх питома вага склала 31,49%. Зменшення відбулося за рахунок зниження величини готової продукції та товарів зі складу на 138,7 тис.грн, призначених для перепродажу;

Таблиця 2.4 – Динаміка структури оборотних активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр., %

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абс.зміна		
				2020/2019	2021/2020	2021/2019
Запаси	52,97	50,40	31,49	-2,57	-18,91	-21,48
Дебіторська заборгованість	33,66	29,36	44,18	-4,30	+14,82	+10,52
Гроші та їх еквіваленти	12,72	13,96	8,89	+1,24	-5,07	-3,83
Витрати майбутніх періодів	0,65	0,64	0,51	-0,01	-0,13	-0,14
Інші оборотні активи	0,00	5,63	14,93	+5,63	+9,3	+14,93
Разом	100	100	100	-	-	-

Джерело: фінансова звітність підприємства

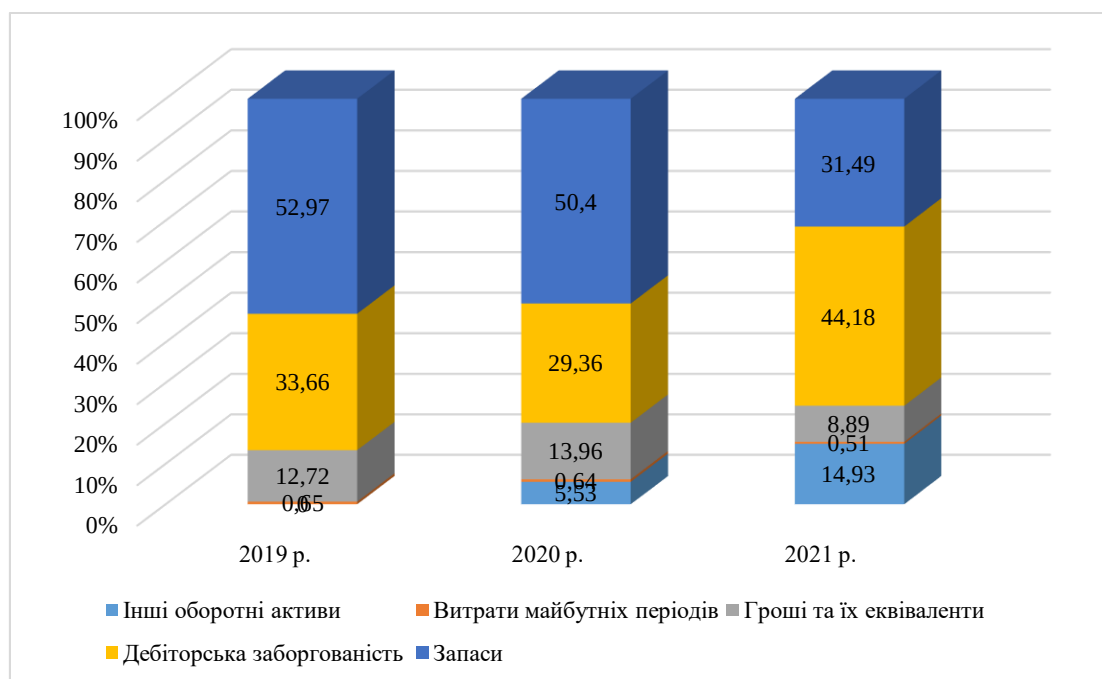


Рисунок 2.6 – Структура оборотних активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр., %

Джерело: фінансова звітність підприємства

- дебіторська заборгованість компанії в цілому за аналізований період має тенденцію до зростання, що вважається негативним. Так на початок досліджуваного періоду частка дебіторської заборгованості складала 33,66%, тобто збільшення на 274,3 тис.грн, а вже на кінець 2021 р. – 44,18% або на 702,4 тис.грн. Така ситуація пояснюється тим, що на ПП «СІВЕРПРОДУКТ» відбулася зміна кредитної політики підприємства, а саме збільшення терміну надання товарного кредиту, що забезпечило компанію зростанням продажів, що вважається позитивним, та ,відповідно, додатковим обсягом чистого доходу. Однак в подальшому накопичення дебіторської заборгованості на підприємстві може призвести до серйозних проблем, пов'язаних з дефіцитом коштів, відповідно керівництву компанії варто розглянути ефективні інструменти щодо її менеджменту.

Перший етап фінансового аналізу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» доцільно продовжити аналізом динаміки та структури пасивів компанії, які є джерелами

формування та розміщення майна підприємства. Представимо результати аналізу у табл.2.5 та їх наочне відображення на рис.2.7.

Проведений аналіз і дані табл.2.5 дозволяють зробити такі висновки:

- збільшення пасивів компанії за досліджуваний період відбулось на 153,5 тис.грн. переважно за рахунок збільшення власного капіталу та короткострокових зобов'язань;

- збільшення власного капіталу підприємства за аналізований період в абсолютних показниках становило 752,0 тис.грн. Слід зазначити, що у 2019-2020 р. його значення у балансі було відємним, а вже у 2021 р. відбулося його збільшення на 105,16% порівняно з попереднім роком та становило 24,0 тис.грн. Однак незважаючи на збільшення власного капіталу питома вага у структурі джерел формування капіталу компанії на кінець досліджуваного періоду залишилося незначним і становило 0,78%;

- у структурі короткострокових зобов'язань частки поточної кредиторської заборгованості та інших поточних зобов'язань за аналізований період у середньому розподіляються у співвідношенні 65,8% і 43,5% відповідно. Поточна кредиторська заборгованість протягом всього періоду переважно складалася із заборгованості за товари, роботи та послуги;

- довгострокові зобов'язання у структурі джерел формування активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» є незначними і складають у 2019 р. -1,2%, тобто 27 тис.грн, у 2020 р. - 0,52% (11,7 тис.грн), а вже у 2021 р. компанією зовсім не використовувався даний вид зобов'язань;

- порівняння обсягів дебіторської та кредиторської заборгованості демонструє відповідний коефіцієнт, який має тенденцію до зменшення, що вважається позитивним. Так, якщо у 2019 р. перевищування дебіторської заборгованості над кредиторською було у 4,28 рази, то вже у 2021 р. цей показник зменшився майже вдвічі, тобто до 2,31 (рис. 2.8). Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською свідчить про те, що компанія за досліджуваний період фінансувало запаси та відстрочення платежів своїх боржників за рахунок неплатежів кредиторам,

Таблиця 2.5 – Показники джерел формування активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Показник	2018 р.		2019 р.				2020 р.				2021 р.			
	тис. грн.	стр- ра, %	тис. грн.	стр- ра, %	зміни		тис. грн.	стр- ра, %	зміни		тис. грн.	стр- ра, %	зміни	
					тис. грн.	прир, %			тис. грн.	прир, %			тис. грн.	прир, %
1. Власний капітал, у тому числі	-916,0	-45,27	-728,0	-32,48	+188,0	-20,52	-465,1	-20,64	+262,9	-36,11	24,0	0,78	+489,1	- 105,16
- зареєстрований капітал	300,0	14,83	300,0	13,38	-	-	300,0	13,31	-	-	300,0	9,73	-	-
- нерозподілені й прибуток	-1216	-60,1	-1028	-45,86	+188,0	-15,46	-765,1	-33,95	+262,9	-25,57	-276	-8,95	+489,1	-63,93
2. Довгострокові зобов'язання	33,0	1,63	27,0	1,20	-6,0	-18,18	11,7	0,52	-15,30	-56,67	0	-	-11,70	-100,0
3. Поточні зобов'язання, у тому числі	2906,2	143,64	2942,7	131,27	+36,50	+1,26	2707	120,12	-235,7	-8,01	3059,7	99,22	+352,7	+13,03
- поточна кредиторська заборгованість:	1824,7	90,19	1532,1	68,35	-292,6	-16,04	1626,6	72,18	+94,5	+6,17	1756,1	56,95	+129,5	+7,96
- інші поточні зобов'язання	1081,5	37,21	1410,6	47,94	+329,1	+30,43	1080,4	39,91	-330,2	-23,41	1303,6	42,61	+223,2	+20,66
Капітал	2906,2	100	2942,7	100	+458,2	+36,75	2707,0	100	-590,0	-34,61	3059,7	100	+239,2	+21,45

Джерело: фінансова звітність підприємства

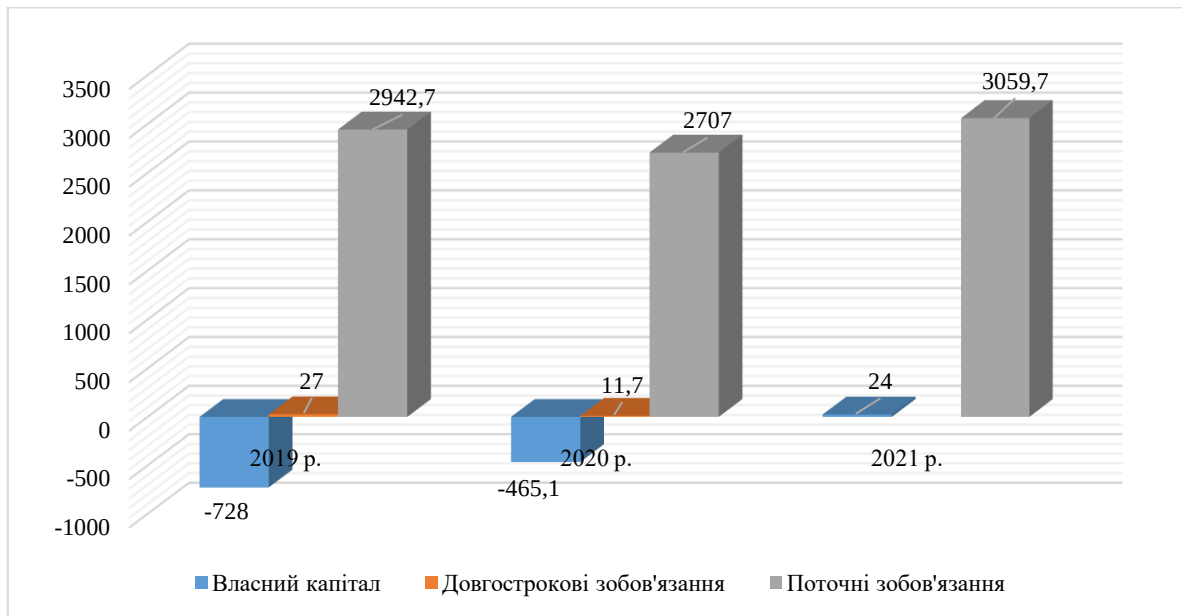


Рисунок 2.7 – Динаміка джерел формування активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр, тис.грн.

Джерело: фінансова звітність підприємства

а саме: постачальникам, бюджету, необоротним фондам тощо. Отже, з економічної точки зору ПП «СІВЕРПРОДУКТ» має безвідсотковий кредит від своїх постачальників, бюджету, співробітників тощо.

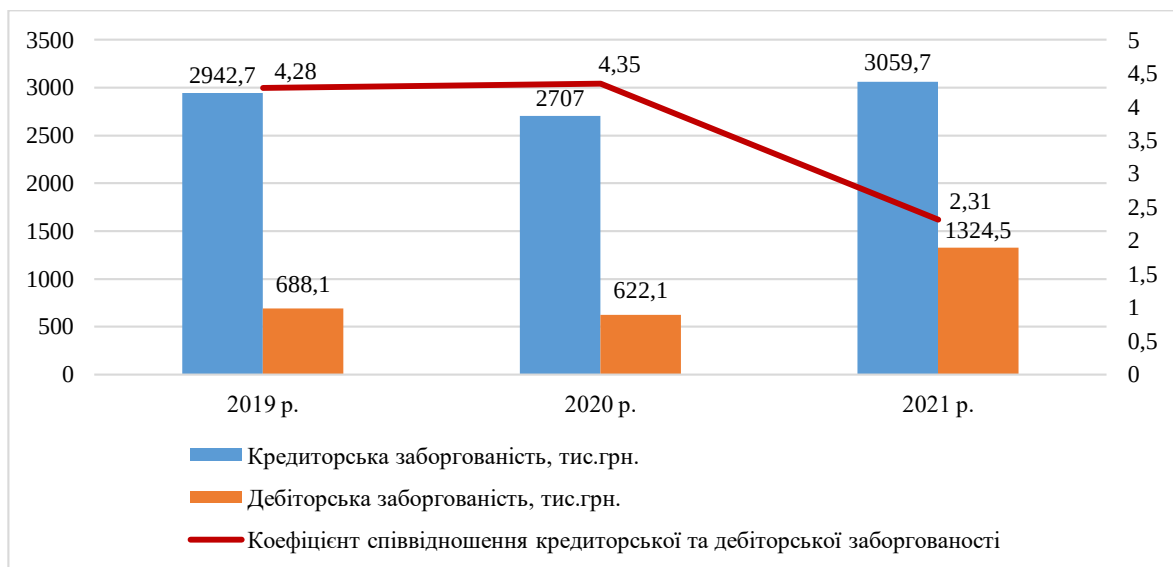


Рисунок 2.8 – Показники співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Отже фінансово-господарська діяльність ПП «СІВЕРПРОДУКТ» сприяла збільшенню його власного капіталу. Компанія протягом усього досліджуваного періоду не залучала позикових джерел, фінансуючи поточну діяльність переважно за рахунок кредиторської заборгованості постачальникам, бюджету, необоротним фондам та інших поточних зобов'язань.

Наступним етапом фінансового аналізу є аналіз абсолютних та відносних показників ліквідності та платоспроможності.

За даними бухгалтерського балансу проведемо оцінку ліквідності балансу і результати розрахунків згрупуємо у табл.2.6.

Отже результати табл.2.6 дозволяють виявити неспроможність підприємства в короткостроковій перспективі розрахуватися за найбільш терміновими зобов'язаннями: платіжна нестача за найбільш терміновими зобов'язаннями на початок досліджуваного періоду становила 1292,1 тис.грн., а вже на кінець періоду збільшилась до 1489,6 тис.грн.

Сигнальними показниками, за якими проявляється фінансовий стан компанії, виступають ліквідність та платоспроможність [36, 37]. Тож зробимо оцінку фінансового стану компанії за допомогою методу фінансових коефіцієнтів, який дозволить нам зробити висновок про рівень фінансового благополуччя ПП «СІВЕРПРОДУКТ» (рис.2.9).

За даними рис.2.9 можна зробити наступні висновки:

- протягом всього аналізованого періоду коефіцієнти абсолютної та проміжної ліквідності не відповідали нормативам, а їх середнє значення дорівнювало 0,095 та 0,394 відповідно, що свідчить про нестачу високоліквідних і швидколіквідних активів на підприємстві. Однак вже у 2021 р. ситуація нормалізувалася і перевищення швидколіквідних активів порівняно з короткостроковими зобов'язаннями становило 483,7 тис.грн.;

Таблиця 2.6 – Показники балансу ліквідності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр., тис.грн.

Ранжування активів балансу	Роки			Ранжування пасивів балансу	Роки			Платіжний надлишок (нестача)		
	2019	2020	2021		2019	2020	2021	Роки		
1. Високоліквідні активи (A1)	240,0	295,9	266,5	1. Термінові зобов'язання (П1)	1532,1	1626,6	1756,1	-1292,1	-1330,7	-1489,6
2. Швидколіквідні активи (A2)	701,3	755,1	1787,3	2. Короткострокові зобов'язання (П2)	1410,6	1080,4	1303,6	-709,3	-325,3	+483,7
3. Повільноліквідні активи (A3)	1082,9	1067,9	944,2	3. Довгострокові пасиви (П3)	27	11,7	0	+1055,9	+1056,2	+944,2
4. Важколіквідні активи (A4)	197,5	134,7	85,7	4. Постійні пасиви (П4)	-728	-465,1	24	-925,5	-599,8	-61,7
Баланс	2241,7	2253,6	3083,7	Баланс	2241,7	2253,6	3083,7	-	-	-

Джерело: фінансова звітність підприємства

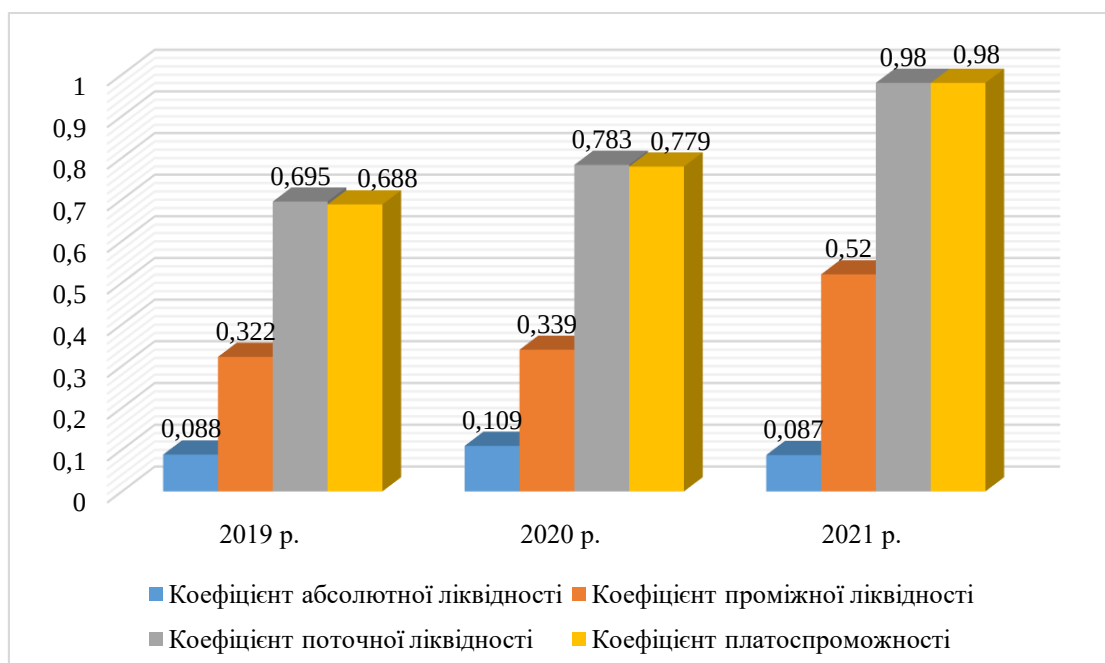


Рисунок 2.9 – Показники ліквідності та платоспроможності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

- коефіцієнт поточної ліквідності за весь період 2019-2021 рр. відповідає нормативному значенню, і відповідно дефіциту реалізації середньоліквідних активів, активів повільної реалізації та неліквідних активів не спостерігалось;

- протягом 2019-2021 рр. можна зробити висновок про позитивну динаміку коефіцієнту платоспроможності, пов'язану з його зростанням. Це, в свою чергу, свідчить про контрольований рівень розрахунків компанії.

Отже на основі проведеного аналізу ліквідності та платоспроможності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» загалом можна зробити висновок, що за досліджуваний період компанія характеризується як така, що має нестійкий фінансовий стан, і у випадку настання кризової ситуації, через низький обсяг вільних коштів підприємству загрожує банкрутство. Також з погляду інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів компанія на даний момент не є привабливою. Разом з тим відмічається позитивна динаміка щодо її платоспроможності. Всі розраховані показники мають стійку тенденцію до зростання.

Платоспроможність включає короткострокову платоспроможність, тобто ліквідність, та довгострокову платоспроможність, яка визначається через фінансову стійкість [38, 39]. Вважаємо за доцільне провести аналіз останньої (табл.2.7).

Таблиця 2.7 – Аналіз фінансової стійкості ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Назва показника	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Зміна 2021/2019
1.Коефіцієнт автономії, $K_{авт}$	-0,32	-0,21	0,01	+0,33
2.Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів, $K_{спв}$	-4,04	-5,82	127,49	+131,53
3.Власні оборотні кошти, ВОК	-925,5	-599,8	-61,7	+863,8
4.Коефіцієнт забезпеченості власними матеріальними оборотними активами	-0,85	-0,56	-0,07	+0,79
5.Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами	-0,45	-0,28	-0,02	+0,43
6.Коефіцієнт фінансової незалежності	-0,32	-0,21	0,01	+0,33
7. Чисті активи, ЧА, тис.грн.	-701	-453,4	24	+725,00

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

За результатами табл.2.7 можемо зробити такі висновки:

- у досліджуваного підприємства існує велика залежність від кредиторів про що свідчить коефіцієнт автономії, який в жодному році не відповідає нормативному значенню, тобто протягом всього аналізованого періоду у компанії відчувається дефіцит власних коштів. Також дані показника говорять нам про те, що без допомоги кредитних засобів компанія не може існувати;

- про потенційне виникнення ризиків банкрутства у ПП «СІВЕРПРОДУКТ» свідчать дані коефіцієнта співвідношення позикових і власних коштів. Так у 2021 р. на 1 грн. власних коштів компанії припадає 127,49 грн. позикових джерел, що говорить про надмірну концентрацію позикових коштів підприємства і його нестабільну стійкість;

- на досліджуваному підприємстві протягом всього періоду 2019-2021рр. демонструється нестача власних оборотних коштів у компанії, необхідних їй для здійснення щоденної операційної діяльності. Так у 2019 р.

обсягу власних оборотних активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» не вистачало на суму 925,5 тис.грн., а у 2021 р. на 61,7 тис.грн. Не зважаючи на від'ємне значення цього показника, простежується тенденція до його збільшення, що є позитивним. Збільшення відбулось на суму 863,8 тис. грн;

- Коефіцієнт фінансової незалежності не відповідає нормативному значенню, що говорить нам про високий рівень ризику досліджуваної компанії щодо погашення всіх своїх боргів перед кредиторами у випадку повної ліквідації власних активів.

Наступним етапом фінансового аналізу є визначення величини чистих активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ», аналіз яких дозволяє відобразити реальну вартість майна компанії. Зміни чистих активів дозволяє оцінити фінансовий стан підприємства, платоспроможність та рівень ризику банкрутства. Вартість чистих активів розраховується як різниця між усіма активами та пасивами компанії за відповідні роки [40, 41].

Отже для визначення здатності компанії вчасно розраховуватись за своїми зобов'язаннями та в повному обсязі, що є свідченням платоспроможності підприємства, зробимо відповідні розрахунки та отримані результати відобразимо на рис.2.10.

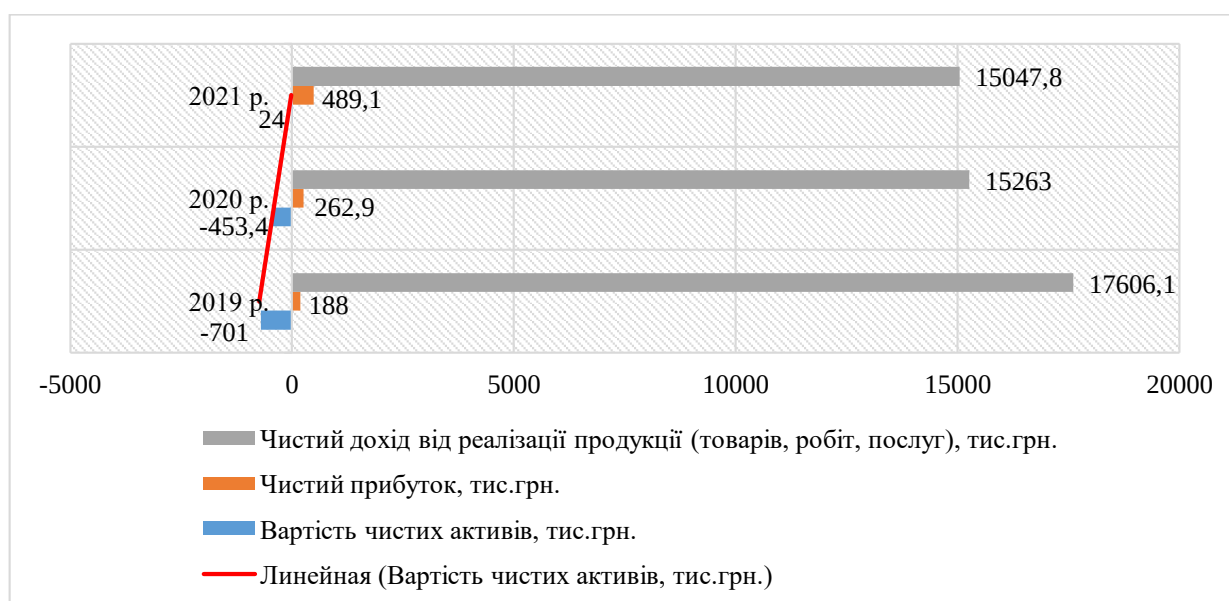


Рисунок 2.10 – Динаміка чистих активів та інших економіко-фінансових показників ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Отже за даними рис.2.10 можемо зробити наступні висновки:

- на основі характеру змін чистих активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за досліджуваний період тенденція щодо платоспроможності компанії загалом демонструє покращення її фінансового стану і зниження ризику банкрутства;
- за період 2019 -2021 рр. чистий прибуток компанії демонструє зростання його обсягів, що, в свою чергу відобразилось на величині чистих активів і фінансовому стані підприємства. Фінансування активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» відбувалось саме за рахунок чистого прибутку;
- чистий дохід ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр. має тенденцію до зменшення і свідчить про погіршення системи ефективності продажів компанії, відповідно темп зростання вартості чистих активів підприємства дещо уповільнився. Так у 2019 р. темп зростання чистих активів складав 17,2%, а вже у 2020 р. та 2021 р. зниження їх вартості на 13,31% й 1,41% відповідно до року.

2.3 Оцінка показників ефективності функціонування бізнеса

В фінансовій бізнес-діяльності компанії завжди виявляються дві властивості: її платоспроможність та її ефективність. Платоспроможність досліджуваного підприємства було нами розглянуто вище. З метою подальшого аналізу компанії, виходячи з завдання магістерської дипломної роботи, вважаємо за доцільне зробити акцент на другій властивості функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ», яка безпосередньо стосується його ефективності.

Ефективність можемо визначити такими групами як (рис.2.11):

- 1) Фінансовою ефективністю - через рентабельність і прибутковість;
- 2) Нефінансовою ефективністю - через ділову активність і оборотність.

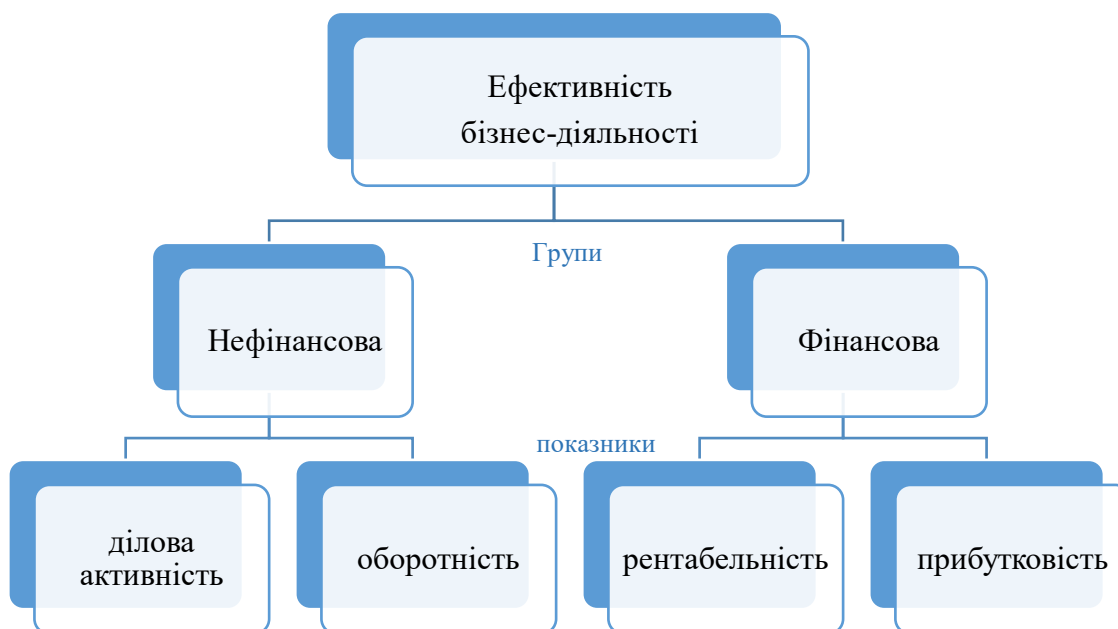


Рисунок 2.11 – Показники ефективності бізнес-діяльності компанії

Джерело: розроблено автором на основі [42, 43]

Для коефіцієнтного аналізу розрахуємо зазначені показники за цим напрямком. Розпочнемо оцінювання ефективності функціонування бізнеса досліджуваного підприємства з аналізу його ділової активності, який визначається продуктивністю та швидкістю обороту за різними видів активів. Для початку на рис.2.12 представимо результати розрахунків продуктивності активів та змін факторів, що її визначають.

Отже, протягом досліджуваного періоду продуктивність функціонування активів на аналізованому підприємстві характеризується спадною динамікою. Така ситуація пояснюється тим, що у періоді 2020 - 2021 рр. темпи зростання активів перевищували темпи зростання виручки від реалізації продукції, крім того у 2020 р. відмічалось найбільше зниження цих показників.

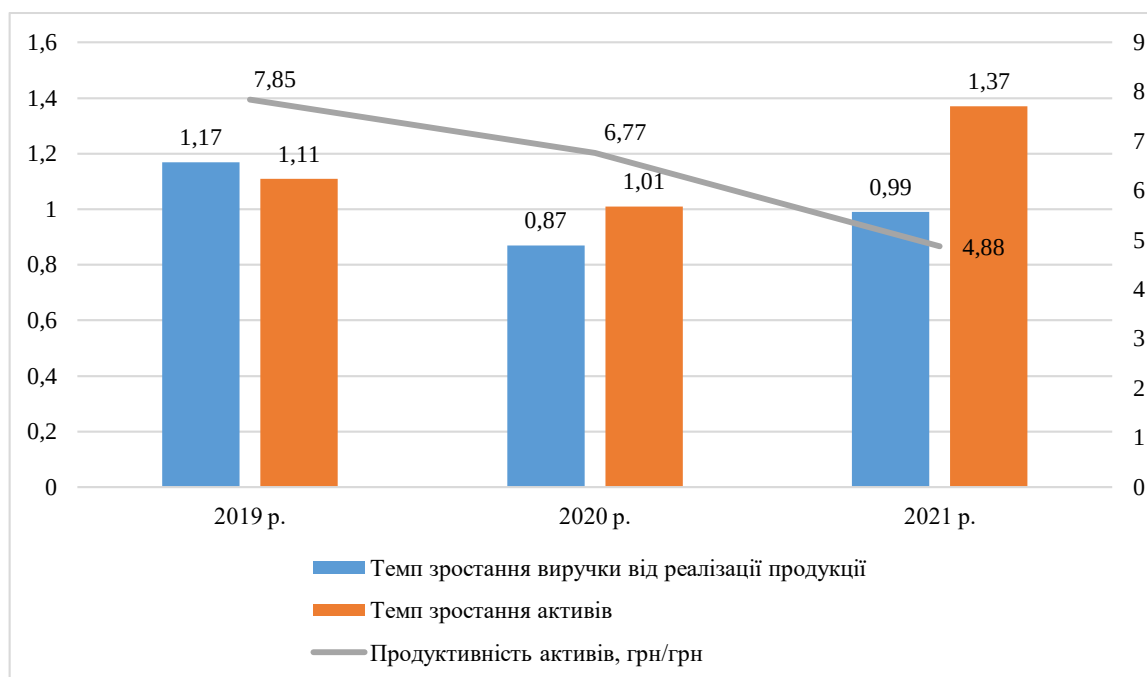


Рисунок 2.12 – Динаміка показників продуктивності активів та факторів, що її формують ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Показники ділової активності компанії характеризують розвиток та зростання підприємства в економічному плані. Для оцінки ділової активності застосовують дві групи коефіцієнтів – показники оборотності активів та показники управління активами підприємства [44, 45]. Зробимо відповідні розрахунки і отримані результати згрупуємо у табл.2.8.

Таблиця 2.8 – Показники ефективності формування та використання оборотних коштів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абс.зміна 2021/2019	Норматив
1	2	3	4	5	6
Робочий капітал, тис.грн.	-898,5	-588,1	-61,7	+836,8	зростання
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	1,271	1,290	-2,571	-3,842	більше 0,5
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, обороту	2,28	1,83	1,47	-0,81	збільшення
Тривалість обороту оборотних коштів, (дні)	160,27	199,11	248,23	+87,96	зменшення

Продовження табл.2.8

1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	3,98	3,55	3,74	-0,24	збільшення
Тривалість обороту запасів, (дні)	91,81	101,46	96,27	+4,47	зменшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, обороти	7,99	5,82	3,87	-4,12	збільшення
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, (дні)	45,69	62,66	94,43	+48,75	зменшення

Джерело: фінансова звітність підприємства

Наочне відображення отриманих результатів представлено на рис.2.13.

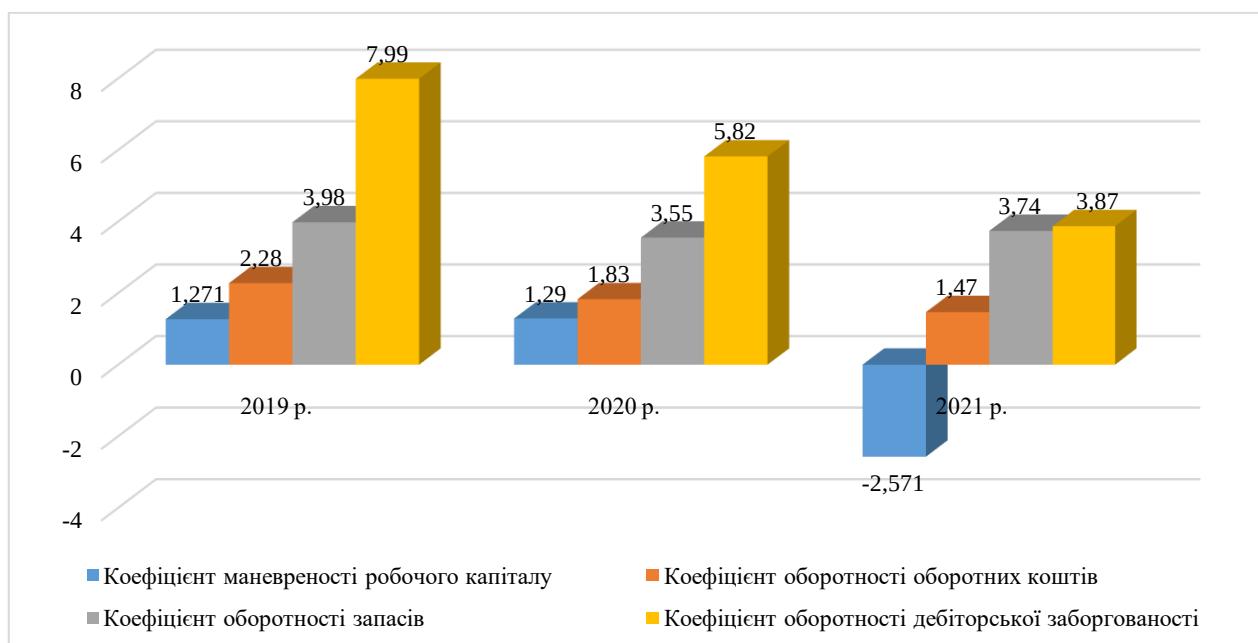


Рисунок 2.13 – Динаміка показників оборотності активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Отже дані табл.2.8 та рис.2.13 дозволяють зробити наступні висновки:

- Важливою інформацією для власників компанії, а також для всіх зовнішніх контрагентів, щодо її фінансової стійкості виступає маневреність робочого капіталу. Ступінь мобільності використання робочого капіталу на ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за весь досліджуваний період свідчить про нестачу власних

оборотних засобів в компанії, хоча і з тенденцією до зростання. Про це свідчать і від'ємні обсяги робочого капіталу й коефіцієнт маневреності робочого капіталу, який в жодному році не відповідає нормативному значенню;

- Для внутрішніх та зовнішніх інвесторів важливою є оцінка ефективності використання поточних активів компанії, і в цьому сенсі дієвим показником слугує - коефіцієнт оборотності оборотних коштів. На досліджуваному підприємстві цей показник в цілому має тенденцію до зниження, що є негативним, і означає збільшення потреби підприємства у оборотних активах;

- Тривалість обороту оборотних коштів на ПП «СІВЕРПРОДУКТ» демонструє тенденцію до зростання, що розглядається як зниження ефективності їх використання через те, що термін використання оборотних коштів уповільнився. Так у 2019 р. тривалість обороту оборотних коштів складала 160,27 дні, то вже на кінець аналізованого періоду збільшення відбулося на 87,96 дні, тобто у 2021 р. - 248,23 днів.;

- За ефективність використання матеріальних запасів компанії відповідає коефіцієнт оборотності запасів. В цілому на досліджуваному підприємстві даний показник демонструє тенденцію до зниження, що характеризується, як негативне явище. Зниження відповідного показника означає збільшення потреби компанії у запасах та його нестійке фінансове становище. За період 2019-2021 рр. зниження коефіцієнта оборотності запасів відбулося з 3,98 у 2019 р. до 3,74 у 2021 р.;

- Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості залежить від кредитної політики підприємства, а саме від відповідальності покупців, тобто швидкості їх погашення своєї заборгованості перед компанією. На ПП «СІВЕРПРОДУКТ» в цілому за весь аналізований період цей показник знизився на 4,12, що означає пропришвидчення погашення дебіторської заборгованості перед підприємством. Однак така ситуація призвела до зниження обсягів реалізації продукції, оскільки наявність товарного кредиту надавалась покупцям, які не могли швидко розраховуватися;

- Про погіршення умов оплати за товари і послуги та фінансові ускладнення контрагентів свідчить зростання тривалості обороту дебіторської заборгованості, що підвищує ризик непогашення боргів покупцями. Так у 2019 р. тривалість одного обороту складала 45,69 дні, а вже на кінець аналізованого періоду, а саме у 2021 р., 94,43 дні, тобто на 48,75 більше, що є негативним.

Наступним кроком аналізу ефективності бізнес-діяльності компанії буде оцінювання фінансових показників підприємства, а саме її прибутковості і рентабельності.

Результати даних рис.2.14 щодо аналізу динаміки величини прибутків ПП «СІВЕРПРОДУКТ» дозволяють зробити нам висновок про те, що:

- весь період 2019-2021 рр. компанія була прибутковою, що є позитивним, та свідчить про ефективність функціонування його бізнесу, навіть незважаючи на нестабільність і непередбачуваність бізнес-середовища;

- аналіз змін валового та чистого прибутків демонструє нестійку динаміку, з тенденцією до незначного зростання;

- у 2020 р. порівняно з 2019 р. в досліджуваній компанії відбулось зменшення валового прибутку майже у двічі, тобто відбулося його скорочення на 2142 тис.грн;

- протягом аналізованого періоду в динаміці чистого прибутку у 2019 р. в порівнянні з попереднім роком спостерігалось його найбільше зростання, а саме на 1004 тис.грн. Темп приросту у 2020 р. в порівнянні з 2019 р. уповільнився і скоротився майже вдвічі, а вже у 2021 р. ситуація виправилась і пришвидчення його темпів відбулось на 86,04% в порівнянні з попереднім роком.

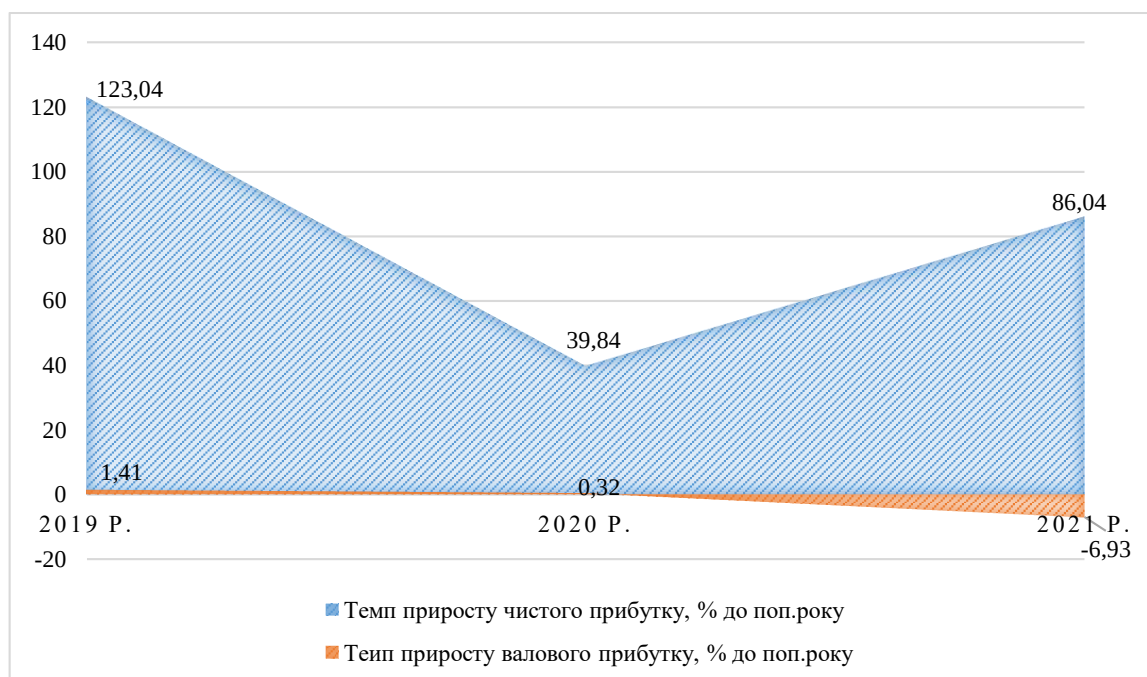


Рисунок 2.14 – Показники змін валового та чистого прибутків ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 – 2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Аналіз рентабельності за різними видами ресурсів (розрахунок відбувався за чистим прибутком), результати якого представлено у табл.2.9, дозволяє говорити в цілому про зростаючу динаміку показників. За весь досліджуваний період збільшення чистої рентабельності активів відбулося на 2,38%, оборотних активів на 2,35%, основного капіталу на 102,34% та реалізації продукції на 2,18%. Щодо рівня рентабельності власного капіталу, то протягом періоду 2019-2021 рр. цей показник демонструє збитковість, більш того, спостерігається динаміка до його зниження, що є негативним.

Таблиця 2.9 – Показники рентабельності за чистим прибутком ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр., %

Показники	Рік			Абс. зміна (+/-)
	2019	2020	2021	2021/2019
1	2	3	4	5
1. Рентабельність активів	2,20	2,92	4,58	+2,38
2. Рентабельність власного капіталу	збиток	збиток	збиток	-

Продовження табл.2.9

1	2	3	4	5
3. Рентабельність оборотних активів	2,43	3,16	4,78	+2,35
4. Рентабельність основного капіталу	26,78	46,09	129,12	+102,34
5. Рентабельність реалізації продукції	1,07	1,72	3,25	+2,18

Джерело: фінансова звітність підприємства

Наочне відображення динаміки показників рентабельності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» представлено на рис.2.15.

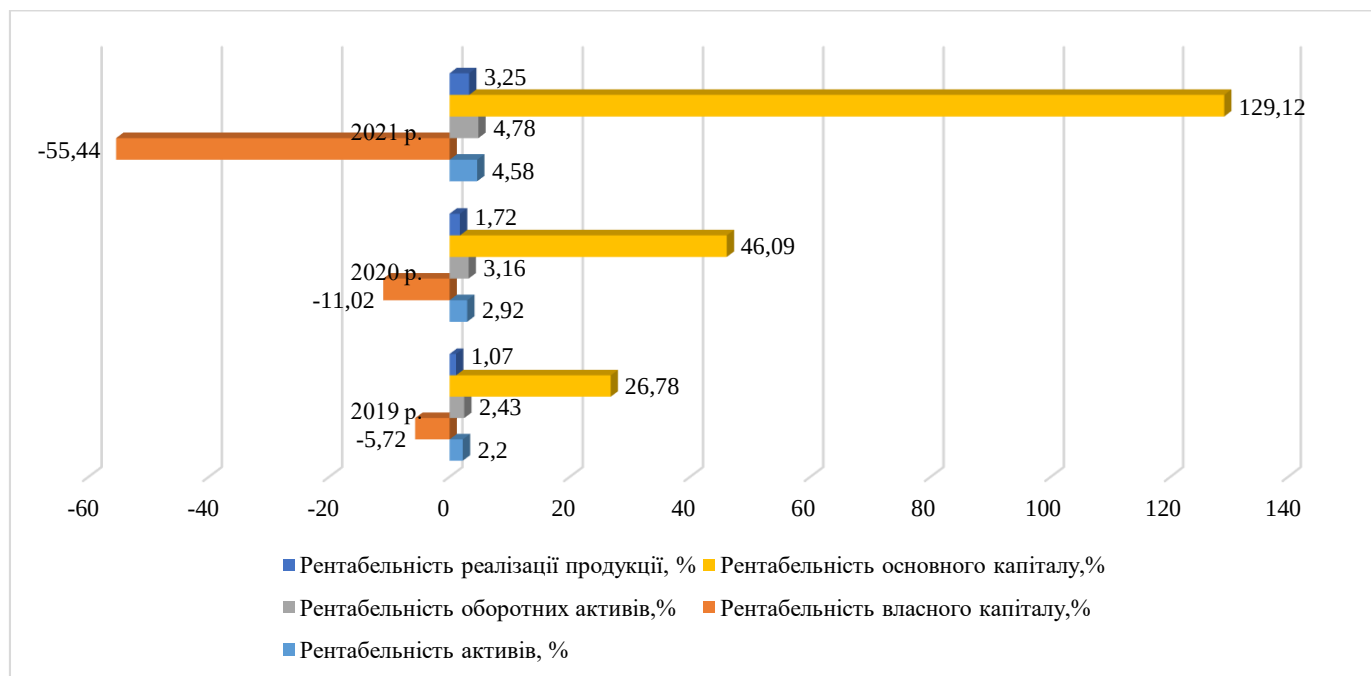


Рисунок 2.15 – Динаміка показників рентабельності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Джерело: фінансова звітність підприємства

Варто звернути увагу на те, що основними факторами, що впливали на зміни рентабельності активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» є коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт структури капіталу та коефіцієнт автономії (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – Показники результатів факторного аналізу чистої рентабельності активів ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019-2021 рр.

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Вихідні дані:			
1. Виручка від реалізації продукції, тис.грн.	17606,1	15263,0	15047,8
2. Чистий прибуток, тис.грн.	188,0	262,9	489,1
3. Активи, тис.грн.	2241,7	2253,6	3083,7
4. Дебіторська заборгованість, тис.грн.	688,1	622,1	1324,5
5. Оборотні активи, тис.грн.	2044,2	2118,9	2998
6. Поточні зобов'язання, тис.грн.	2942,7	2707,0	3059,7
7. Позиковий капітал, тис.грн.	2969,7	2718,7	3059,7
8. Власний капітал, тис.грн.	-728,0	-465,1	24,0
Фактори впливу:			
9. Рентабельність реалізації за чистим прибутком, %	1,07	1,72	3,25
10. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, кільк.оборотів	7,99	5,82	3,87
11. Частка дебіторської заборгованості у загальній величині оборотних активів	0,34	0,29	0,44
12. Коефіцієнт поточної ліквідності	0,69	0,78	0,98
13. Частка поточних зобов'язань у загальній величині позикового капіталу	0,99	1,00	1,00
14. Коефіцієнт структури капіталу	-4,08	-5,85	127,49
15. Коефіцієнт автономії	-0,32	-0,21	0,01
Абсолютна зміна чистої рентабельності активів за рахунок змін, %:			
16. Рентабельності реалізації за чистим прибутком, %		1,61	2,46
17. Коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості, оборотів		-1,14	-2,74
18. Частки дебіторської заборгованості у загальній величині оборотних активів		-0,39	1,75
19. Коефіцієнту поточної ліквідності		0,34	1,31
20. Частки поточних зобов'язань у загальній величині позикового капіталу		0,01	0,03
21. Коефіцієнту структури капіталу		1,32	-149,65
22. Коефіцієнту автономії		-1,59	148,48
Сукупний вплив факторів		0,15	1,65

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Як видно з таблиці 2.10, найбільш суттєвий вплив на рентабельність активів мають зміни в абсолютній величині:

– коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості: уповільнення оборотності дебіторської заборгованості негативно відобразилось на рентабельності активів компанії, а саме у 2020 р. відбулося зменшення на 1,14%, а у 2021 р. зменшення на 2,74%. Наслідком такої ситуації стало накопичення дебіторської заборгованості через неспроможність клієнтів вчасно розрахуватись за відвантажений товар;

– частка дебіторської заборгованості у загальній величині оборотних активів: за рахунок зниження дебіторської заборгованості компанії у 2019 р. на 0,04, чиста рентабельність активів також знизилась на 0,39, а у 2021 р. за рахунок зростання цього показника на 0,15, відповідно й рівень рентабельності активів також збільшився на 1,75%;

– коефіцієнт структури капіталу: найбільший негативний вплив показник мав у 2021 р. через його зростання у загальній величині капіталу компанії;

– коефіцієнт автономії: високий рівень фінансового ризику компанії став результатом низької частки власного капіталу у загальній його величині. У 2019 р. вплив від такої негативної ситуації позначалось і на рентабельність активів, рівень якого знизився на 1,59%. Крдинально змінилася ситуація вже у 2021 р. через те, що обсяг власного капіталу підприємства мав позитивне значення, відповідно така ситуація суттєво вплинула й на рівень рентабельності активів, результатом якого стало його збільшення на 148,48%.

Отже, проведений аналіз ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) безконтрольність нарощування кредиторської заборгованості на підприємстві створює загрозу стійкості його бізнесу. Компанії потрібно приділити увагу щодо оптимальності балансу кредиторської і дебіторської заборгованості, періоду оборотності та ретельно проаналізувати умови заборгованості контрагентам;
- 2) оптимізувати строки повернення дебіторської заборгованості, що в майбутньому дасть можливість спланувати виплати постачальникам.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

3.1 Основні проєктні рішення з підвищення ефективності функціонування бізнесу

Проведений аналіз ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» дозволив зробити висновок про слабкість його маркетингової політики. Низький рівень активності цифрової трансформації бізнесу компанії, нерозвиненість її бренду, відповідно низький рівень впізнання та лояльності серед споживачів стали результатом спадної динаміки обсягів реалізації на підприємстві. Тому з метою усунення зазначених проблем розробимо такі проєктні рішення для ПП «СІВЕРПРОДУКТ», які дозволять підвищити ефективність його функціонування.

Щоб зберігати стійкість та розвиватися, бізнес повинен постійно знаходити нові можливості для оптимізації. Одна з таких можливостей, яка вже стала трендом, - роботизація бізнес-процесів, тобто використання комунікаційних роботів для автоматизації спілкування з клієнтами, які раніше виконувались персоналом.

Вже сьогодні низку важливих, але рутинних завдань виконують роботизовані чати, знижуючи навантаження на відділи продажів, маркетингу, сервісу, а також на департаменти, які відповідають за внутрішні процеси організації. Бізнес бачить у чат-ботах нові можливості для покращення своєї ефективності. Тому багато компаній вже активно використовують їх. Відповідно до звіту Global Chatbot Market | Size, Share, Growth | 2021 - 2026 [46], інвестиції в технології роботизованих чатів зростуть з \$3,6 млрд у 2020 році до \$10,4 млрд у

2025 році. Ринок показує 30-відсоткове зростання щорічно, що підтверджує потребу в цьому інструменті.

Ринок чат-ботів має значні перспективи у зв'язку з його високими показниками та очікуваними темпами зростання, що за оцінками сягатимуть 1000 % протягом наступних 10 років [47]. Тому технологічні гіганти, такі як Facebook і Microsoft, будують платформи для створення ботів: Messenger Platform та Azure відповідно. Також існує й безліч альтернативних платформ.

Збільшення ринку та динаміка його зростання роблять цікаві сервіси з розробки чат-ботів привабливими для інвесторів. Чат-боти наразі є обов'язковою складовою цифрової стратегії більшості компаній: вони або вже використовують чат-ботів, або планують використовувати їх в найближчому майбутньому. Боти використовуються у маркетингових компаніях та комунікаціях зі споживачами, а іноді і для комунікацій всередині компанії. Перевага людей над ботами, а саме емпатія та фізична присутність при особистому спілкуванні, поступово відходять на задній план - розробки все більш досконалих роботизованих тіл інженерами Boston Dynamics є зайвим свідченням цього [48].

Сьогодні компанії найчастіше використовують чат-боти для первинної лідогенерації, у процесах продажів, для обробки сервісних звернень, а також для вирішення завдань HR-департаменту та комунікації зі співробітниками в режимі роботи поза офісом.

Щодо бізнес-діяльності досліджуваної компанії в цьому напрямку, то всі комунікації з контрагентами, які стосуються замовлення товарів на ПП «СІБЕРПРОДУКТ», відбуваються по телефону, електронній пошті, через торгового представника або через інтернет-магазин. Таке спілкування з потенційними клієнтами, яке не завжди задовольняє вимогливих споживачів, щодо швидкості обробки замовлень, та спрямованість сучасних підприємств на автоматизацію бізнес-процесів, що в умовах сьогодення підвищує ефективність функціонування будь-якого бізнесу і є запорукою його конкурентоспроможності, а також форс-мажорні обставини, які пов'язані з

військовою агресією росії, в контексті теми магістерської дипломної роботи зумовлюють сформувані напрями розвитку досліджуваної компанії.

24 лютого 2022 року напад росії на Україну зупинив роботу майже всього українського бізнесу. Незважаючи на початок війни, ПП «СІВЕРПРОДУКТ» продовжувала працювати. Однак для безпеки робітників підприємству довелося призупинити роботу інтернет-магазину. Офіс компанії та основні склади знаходяться у Чернігові, який чи не першим прийняв удар окупантів. Багатьом співробітникам компанії довелося евакуюватись у безпечні місця.

Офлайн-магазини, розташовані в місті Чернігів та смт Березне, у цей час продовжували працювати. Весь потік клієнтів був спрямований саме на роздрібні точки продажу, а контакт-центр консультував їх щодо наявності товару. Чернігівський склад спочатку працював виключно на гуманітарні потреби. Через постійні бомбардування міста робота у звичайному режимі була неможливою. ПП «СІВЕРПРОДУКТ» в повному обсязі вдалося впоратися з усіма складнощами, окрім збереження у повному складі команди інтернет-магазину.

Будь-який бізнес навіть у мирний час супроводжується ризиками, а тим більш у воєнний. У додатку Б (рис.Б.1) представлено основні негативні та позитивні моменти ведення бізнесу в сфері e-commerce в цей час.

Впровадження роботизованих чатів відкриває низку можливостей для вдосконалення клієнтського досвіду, підвищення операційної ефективності бізнесу та оптимізації внутрішніх процесів (рис.3.1).

Онлайн-чати допомагають залучати відвідувачів сайту до спілкування, давати їм консультацію та перетворювати їх на покупців. Якщо клієнт має типовий запит, то магазин може налаштувати шаблони відповідей і участь менеджера буде не потрібна. В інших випадках спілкування з користувачем відбувається у режимі реального часу. Звернутися в магазин клієнт може через чат безпосередньо на сторінці сайту або через месенджери, перейшовши в них з віджету. Всі повідомлення незалежно від каналу спілкування збираються в єдиному інтерфейсі, що значно полегшує обробку звернень.

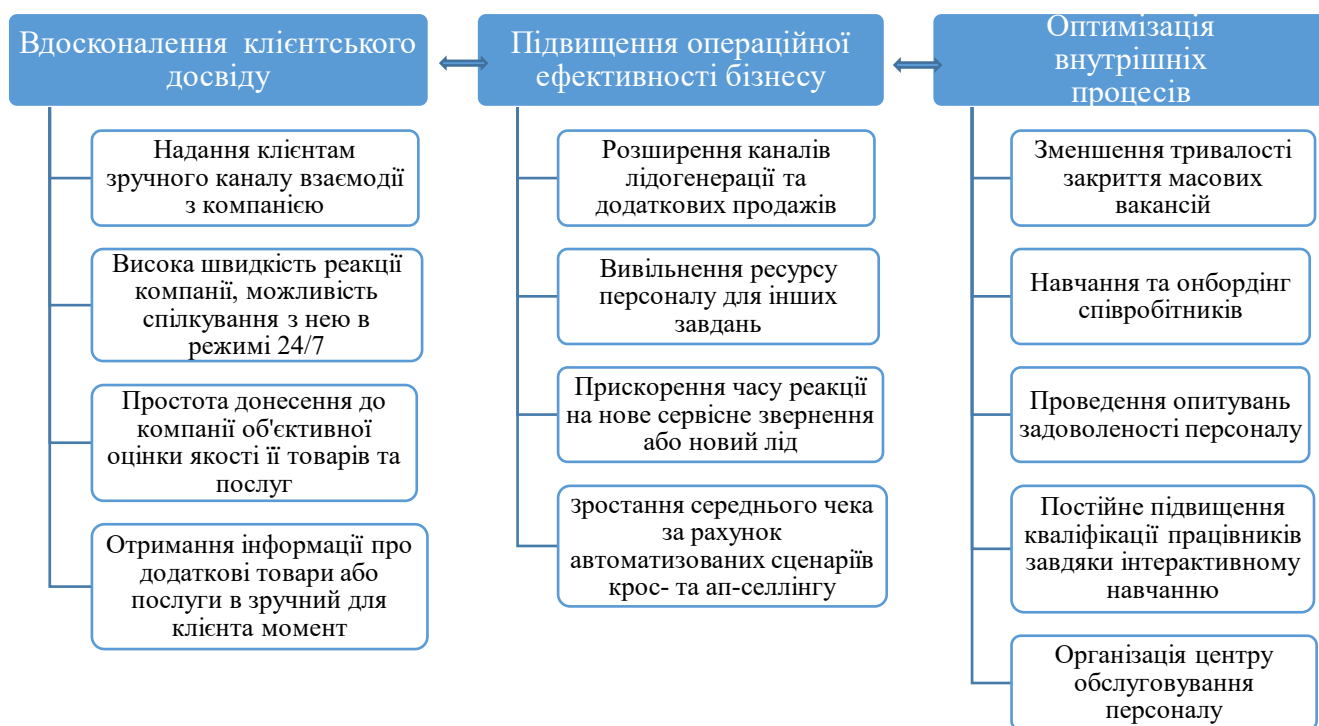


Рисунок 3.1 – Переваги комунікаційних робіт

Джерело: розроблено автором за [50]

У багатьох компаніях управління брендом досі зводиться до креативної та комунікативної функції маркетингу, що є лише малою частиною управління брендом, але навіть вона дозволяє зробити серйозні заяви про обґрунтованість впливів брендингу на підвищення ефективності, і відповідно, конкурентоспроможності економічного агента та робить актуальною необхідність обґрунтування ролі та місця брендингу у концепції конкуренції. Одне з перших уявлень брендингу з позиції конкурентоспроможності підприємства у науковому обороті визначає його як процес створення та просування сильної торгової марки, привабливої для споживача і яка є носієм доданої вартості [51, 52].

Справжній взаємозв'язок брендингу та ефективності бізнесу обумовлено тим, що брендинг слугує формуванню та збереженню у споживачів цілісного сприйняття продукту та підприємства в цілому, що закономірно перетворює їх на єдиний бренд і виражається у форматі сильної конкурентної переваги.

В умовах сьогодення для сучасного споживача важливі соціальна відповідальність, етика та прозорість. Інтерес до купівлі продуктів у соціально

відповідальних брендів справді виявився під час багатьох глобальних подій 2020 - 2022 років. Пандемія COVID-19, яка завдала серйозної шкоди всьому світу, військова агресія росії висвітлили біль, який довелося перенести співробітникам на робочому місці. Крім того, ранні дослідження таких організацій, як McKinsey, передбачали, що клієнти активніше підтримуватимуть бренди, які демонструють свою турботу про всіх клієнтів і співробітників [53]. Пам'ятаючи все це, компанії почали змінювати стратегії у соціальних мережах, щоб більше зосередитися на інклюзивних ініціативах, рекламних акціях та пропозиціях, виділяючи при цьому причини чи місії, які вони підтримують. Прояв почуття соціальної відповідальності при тому, що товар може відразу і не продаватися, як і раніше, може бути корисним і ефективним (рис.3.2).

Отже українським компаніям, щоб бути в тренді потрібно: поглиблювати розуміння бренду; розвивати commerce; приділяти увагу розробці інновацій; поглиблювати розуміння задоволеності клієнтів.

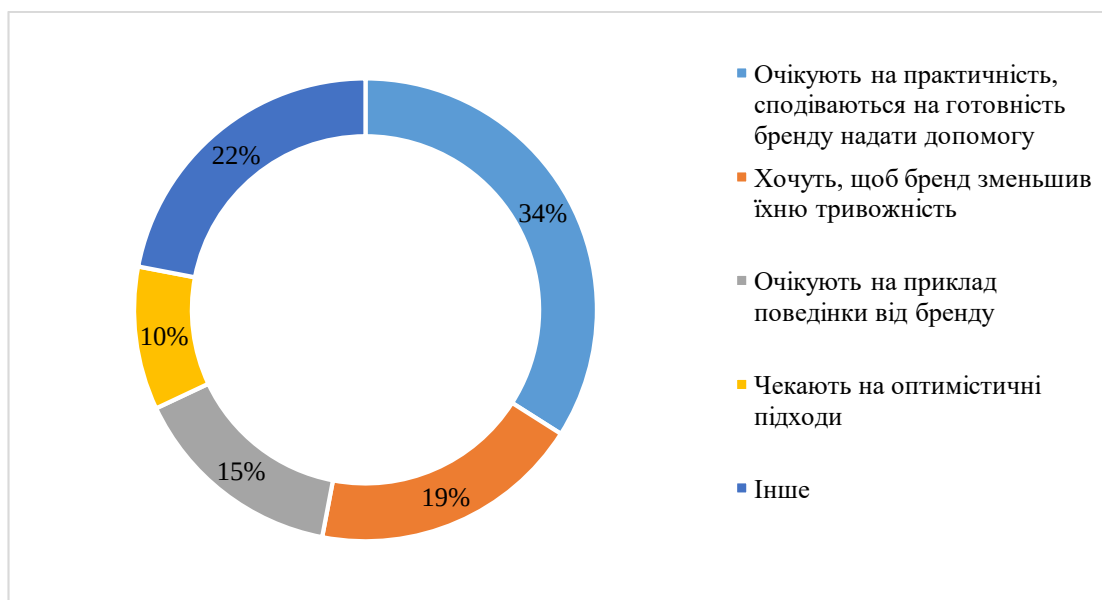


Рисунок 3.2 – Очікування споживачів від брендів у 2022 р. [53]

Сильні сторони брендів 2022 р. визначають за наступними критеріями:

- піклування про себе та своє життя - тяга до комфорту та безпеки;
- стійкість бренду;
- чітка ідентифікація;

- довіра.

Пандемія COVID-19 та воєнні дії на території України зумовили безпрецедентні виклики та призвели до нового способу споживання. Виникнення загрози для життя, а також введення певних обмежень - все це призвело до змін в звичках людей, частоти покупок та їх місця, структури та обсягів споживання, демографічних потреб та поведінки споживачів загалом.

На основі даних рис.3.3 було встановлено, що на підхід споживачів до купівлі товару/послуги найбільший вплив мають - співвідношення ціни та якості товару (71%), важливість довіри до бренду (60%), особистісна безпека (58%), наявний асортимент товарів та послуг (55%).

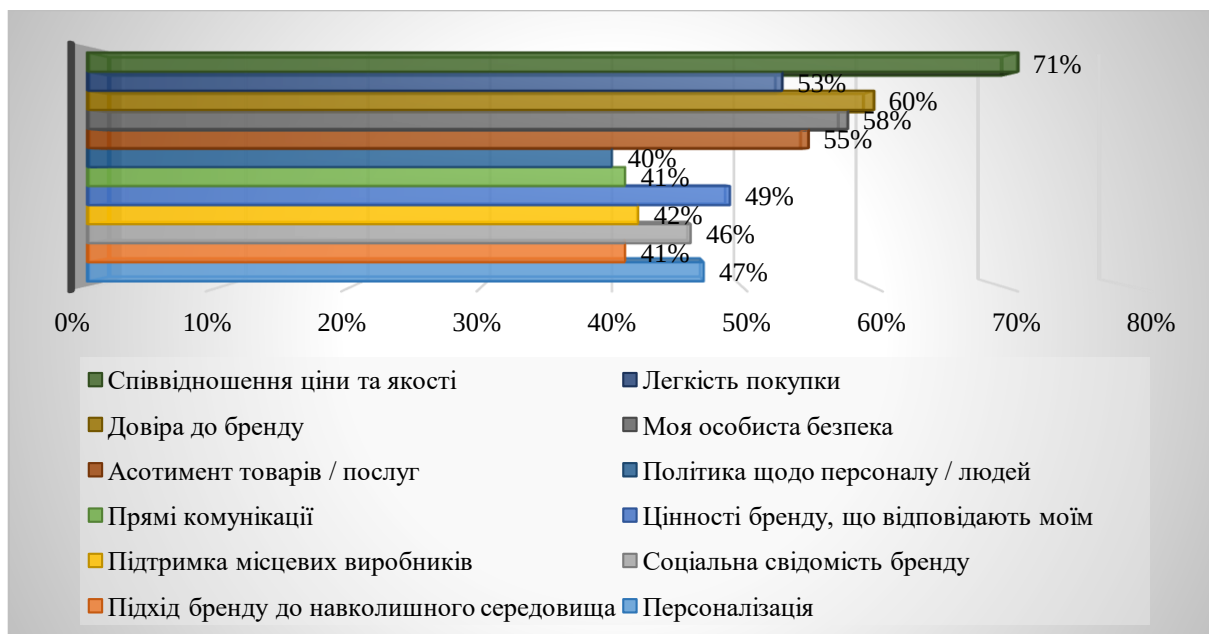


Рисунок 3.3 – Вплив факторів на вибір споживача при здійсненні покупки в умовах військового стану в Україні [54]

Враховуючи те, що в країнах з економікою, що розвивається прихильність до певних брендів стає характерним рушієм прийняття купівельних рішень, а на досліджуваному підприємстві розвиненість торгової марки є слабкою, для ПП «СІВЕРПРОДУКТ» доцільним є розвиток саме цього напрямку, тобто створення сильного бренду компанії.

Тож в процесі діагностики бізнес-діяльності досліджуваного підприємства щодо ефективності його функціонування було ідентифіковано проблеми, пов'язані з зниженням обсягів реалізації компанії та слабкості його

маркетингової діяльності. Виходячи з наведених вище аргументів, щодо впливу певного переліку факторів на підприємницьку діяльність національного бізнесу, представимо для ПП «СІВЕРПРОДУКТ» концептуальну схему розвитку бізнеса компанії (рис.3.4).

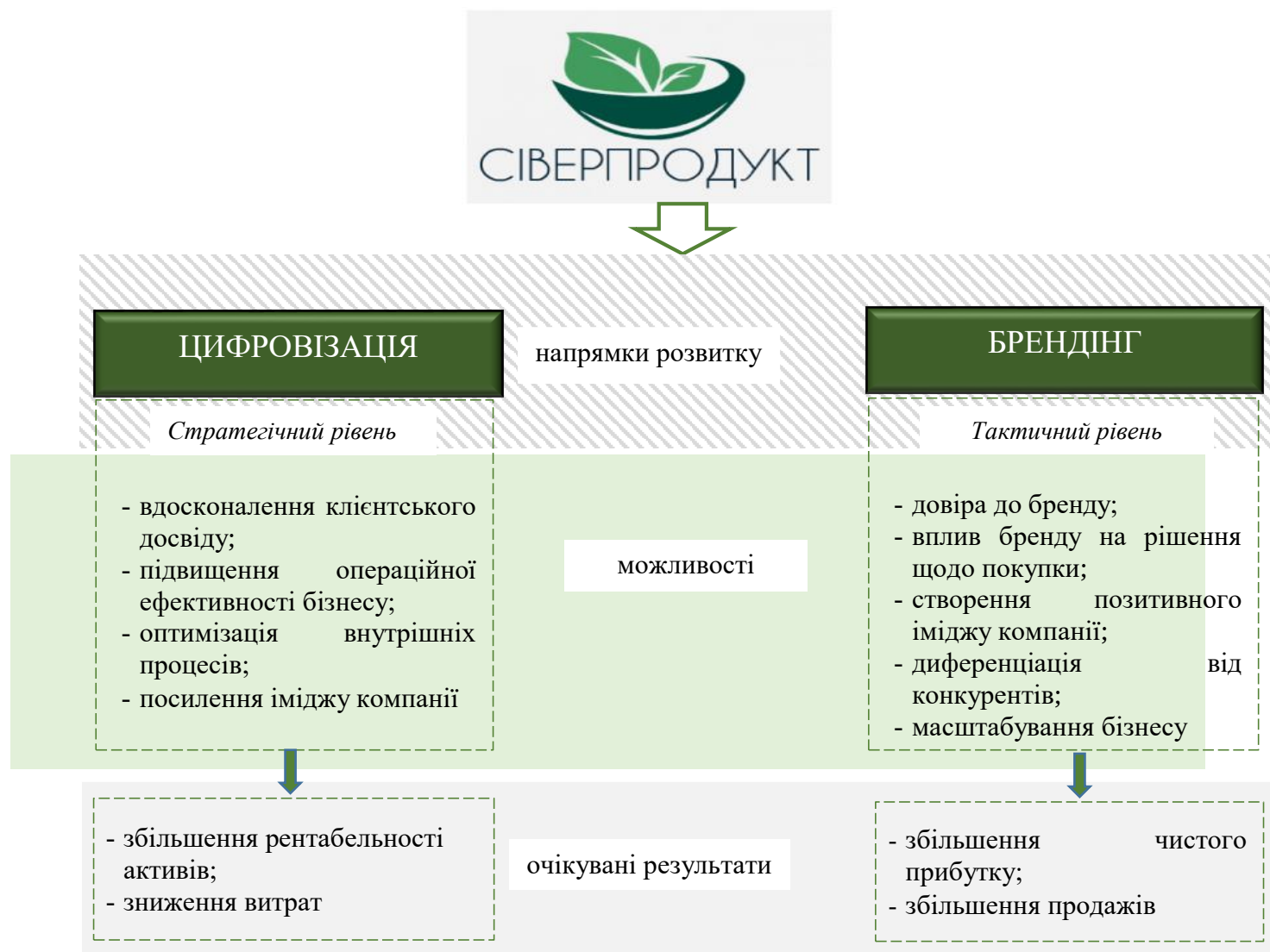


Рисунок 3.4 – Концептуальна схема підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: розроблено автором

Отже, концепція розвитку ПП «СІВЕРПРОДУКТ» включає два напрямки:

1) Цифровізація - передбачає впровадження технології роботизованих чатів, що відкриватиме для компанії низку можливостей з вдосконалення клієнтського досвіду, підвищення операційної ефективності бізнесу та оптимізації внутрішніх процесів;

2) Брендінг - має на меті розвинути бренд компанії та посилити його вплив на споживачів з метою прийняття рішень щодо покупки.

Тож серед заходів, які, покликані вирішити проблеми досліджуваного підприємства в контексті теми даної магістерської роботи, пропонуються такі:

- Захід 1 – впровадження на підприємстві чат-бота;
- Захід 2 – розвиток бренду компанії.

Виходячи з того, що досліджуване підприємство здійснює свою бізнес діяльність в сфері торгівлі та використовує для цього власний інтернет-магазин, з існуючих на українському ринку технологій роботизованих чатів найбільш прийнятною для бізнес-діяльності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» є технологія NLP, яку і будемо враховувати для подальших розрахунків.

Для створення чат-боту існує два варіанти:

- 1) скористатися послугами конструктора чат-ботів;
- 2) створити власну програму бота з нуля за допомогою компанії-розробника.

Створити чат-бота для маркетингу, продажу та лідогенерації швидше і простіше за допомогою конструкторів або платформ, оскільки ці системи вже мають весь необхідний функціонал та інтеграцію з багатьма іншими рішеннями. Такий варіант значно прискорює процес запуску проекту у стислий термін (рис.3.5).

Платформою для створення ботів, яка пропонується в якості першого альтернативного варіанту для ПП «СІВЕРПРОДУКТ», може бути український сервіс HelpCrunch - багатофункціональна платформа для комунікації з користувачами. Інструментами, які включенні в HelpCrunch, є не тільки чат-бот, а й онлайн-чат, база

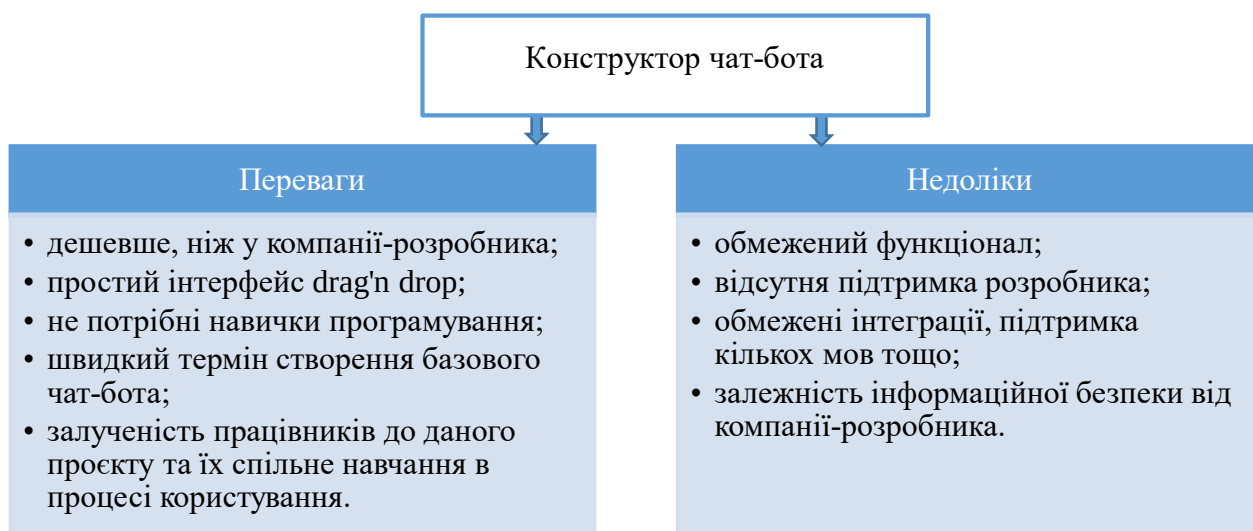


Рисунок 3.5 – Переваги та недоліки використання конструктора чат-бота

Джерело: розроблено автором

знань, редактор попапів та функціонал для email-маркетингу. До того ж програма включає можливість інтеграції із соціальними мережами для омніканальної підтримки клієнтів. Зазначений конструктор зарекомендував себе як дуже зручний і підходить для більшості компаній, оскільки для роботи з ним не потрібний програміст або розробник. Готовий бот вже можна підключати до корпоративної сторінки соціальної мережі компанії. Вартість такої послуги для компанії за тифним планом складатиме 5,7 тис.грн. щорічно.

Також в якості другого альтернативного варіанту для ПП «СІВЕРПРОДУКТ» пропонується скористатися послугами команди розробників, наприклад таких компаній, як SendPulse або KOLORO, що розроблять складний з нестандартними інтеграціями бот, який надалі не залежатиме від платформи. Однак початкові витрати є більшими. Тож додаткові витрати з реалізації даного заходу складатиме 800 \$, що на теперішній час за курсом національної валюти складатиме 29,3 тис.грн.

Графік та перелік необхідних заходів щодо реалізації цифровізації бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» представлено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Календарний графік реалізації заходів з цифровізації бізнесу на ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Функціонал за групами	Дата релізу	
	Конструктор чат-бота	Компанія-розробник
1. Створення системи тригерних повідомлень (створення воронки, розмов, персони бота та тону)	-	03.01.2023 - 06.01.2023
2. Розробка базової конфігурації бота (прототип)	-	06.01.2023 - 16.01.2023
3. UX-покращення (додавання постійного меню, додаткових розділів, підтримки історії розмов)	-	08.01.2023 - 31.01.2023
4. Налаштування бота (початок роботи, вітальний текст, постійне меню)	03.01.2023 - 05.01.2023	31.01.2023 - 04.02.2023
5. NLP-навчання (інтеграція ai API, навчання самого движка NLP, тестування результатів, покращення результатів)	-	04.02.2023 - 10.02.2023
6. Лайф-чат (інтеграція чату з оператором)	05.01.2023 - 06.01.2023	10.02.2023 - 11.02.2023
7. Реалізація потоків чат-бота (інтеграція з базою даних; коректний квіз, щоб підняти готовність ліда до покупки; квіз для фільтрації за списками з бази даних; показ списків у web-view; функціонал контакта з агентом)	-	11.02.2023 - 16.02.2023
8. Навчання персоналу	06.01.2023 - 08.01.2023	16.02.2023 - 21.02.2023

Джерело: розроблено автором

Як видно з табл.3.1 з точки зору тривалості термін реалізації першого проєкту з використанням конструктору чат-бота є набагато швидшим, ніж замовляти його розробку у професійної команди розробників.

Наступним напрямком підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» є розвиток бренду компанії. В процесі аналізу бізнес-діяльності підприємства було встановлено, що ПП «СІВЕРПРОДУКТ» не приділяє достатньої уваги розвитку власного бренду, компанія не має товарного знаку, медійна та PR-активність знаходяться на низькому рівні, відповідно активізація маркетингової політики підприємства із залученням професійної команди покликана вирішити проблему спадної динаміки обсягів продажів, яка спостерігалася протягом досліджуваного періоду, забезпечивши їх зростання.

Так, рис.3.6 демонструє нам спадну динаміку змін обсягів продажів у вартісному вимірюванні, яка є притаманною для всього досліджуваного періоду, що пояснюється впливом глобальної пандемії Covid-19. Як бачимо на позицію

«товари з Європи» падіння обсягів продажу ця ситуація вплинула найбільше, однак з тенденцією до збільшення. З точки зору обсягів продажів найбільш критичним був 2020 р. Щодо прогнозованої структури реалізації продукції у 2023-2025 рр., то спостерігається зменшення даної позиції, а саме «товари з Європи». Війна в Україні призвела до серйозних наслідків для ланцюжків постачання по всій Європі. Через проблеми транспортно-логістичної сфери в деяких великих транспортних компаніях Європи внаслідок воєнних дій кордони з Україною можуть бути закриті [55]. Відповідно у структурі товарних напрямків ПП «СІВЕРПРОДУКТ» зростає частка товарів вітчизняного виробництва.

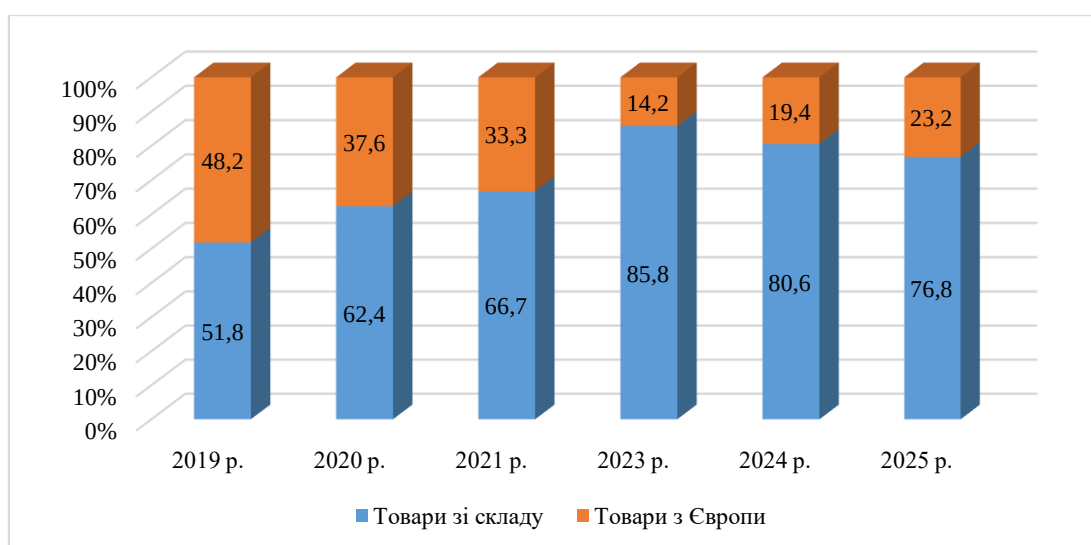


Рисунок 3.6 – Показники структури реалізації продукції ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2019 - 2025 рр.

Джерело: формалізовано за даними управлінської звітності та прогнозні розрахунки автора

Активізація маркетингової політики підприємства передбачає бюджет витрат спрямований на такі заходи як рекламна компанія; налагодження зв'язків з зовнішніми контрагентами; розширення своєї присутності на інших маркет-плейсах під власною торговою маркою тощо. Відповідно для реалізації другого заходу необхідно залучити додатковий персонал, який буде складати 4 особи. З табл.3.2 бачимо, що на утримання додаткового персоналу річна сума витрат складе 665,5 тис.грн.

Таблиця 3.2 – Витрати на заробітну плату додаткового персоналу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за умови реалізації другого заходу власними силами компанії

Вид персоналу	Кількість, осіб	Заробітна плата, грн		Нарахування на з/п (річні), грн	Загальна сума витрат на з/п, грн.
		місячна	річна		
1. PR-менеджер	1	12 000	144 000	54 000	198 000
2. Маркетолог-стратег	1	10 000	10 000	3 750	13 750
3. SMM-спеціаліст	1	12 500	150 000	56 250	206 250
4. Керівник відділу продажів	1	15 000	180 000	67 500	247 500
Разом	4	62 000	634 000	237 750	665 500

Джерело: прогнозні розрахунки автора

Розвиток бренду - це безперервний процес і для його стабільного зростання, необхідно підтримувати постійність та актуальність цінностей бренду, якостей та надійності, які він пропонує споживачеві. Гармонійний розвиток бренду дозволяє йому залишатися сильним та корисним, швидко реагувати на сучасні вимоги, рости та зміцнювати свої позиції на ринку. В рамках реалізації проєкту з розвитку та просування бренду ПП «СІВЕРПРОДУКТ» в якості другої альтернативи щодо виконання відповідних заходів планується залучення маркетингової агенції «Target plus».

Розробка маркетингової стратегії включає комплекс заходів, що поділяються на кілька етапів та вимагають певного часу для реалізації кожного. В табл.3.3 представлено графік реалізації альтернативних варіантів заходу, а саме: 1) силами ПП «СІВЕРПРОДУКТ» та 2) маркетингової агенції ТОВ «Target plus».

Як видно із табл.3.3 термін реалізації проєкту з розвитку бренду ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за умови його виконання маркетинговою агенцією складає 6 місяців, проти 12 місяців реалізації власними силами компанії, що є в 2 рази швидше.

Таблиця 3.3 – Графік реалізації проєкту розвитку бренда ПП
«СІВЕРПРОДУКТ»

Етап	Дата релізу	
	ПП «СІВЕРПРОДУКТ»	ТОВ «Target plus»
1. Дослідження ринку та прогнозування ринкової ситуації	2023 р. січень - квітень	2023 р. січень - лютий
2. Робота з цільовою аудиторією (вибір цільової аудиторії, виявлення її цінностей та переконань, проблем та побоювань)	2023 р. травень - серпень	2023 р. березень - квітень
3. Розробка стратегії просування - вибір каналів та тону комунікації (канали рекламних повідомлень, стиль мови, тон комунікації, риторика повідомлень)	2023 р. вересень - грудень	2023 р. травень - червень

Джерело: розроблено автором

На виконання даних заходів силами ПП «СІВЕРПРОДУКТ» передбачаються наступні додаткові витрати:

- офісна техніка - 68 тис.грн;
- програмне забезпечення - 40 тис.грн;
- технічна підтримка та консультативні послуги - 19 тис.грн./рік

Рекламний бюджет компанії складе 570 тис.грн. щорічно.

Також залучення маркетингової агенції передбачає мінімальний бюджет витрат в обсязі 524 тис. грн у 2023 р., та подальші щорічні платежі на рівні 228 тис.грн. Гарантовані агенством темпи зростання обсягів продажів очікуються на рівні 15% у 2023 р., 28% у 2024 р., 35% у 2025 р. Реалізація розроблених рекомендацій силами ПП «СІВЕРПРОДУКТ», забезпечить зростання обсягів продажів у 2023 р. на 6%, у 2024 р. на 9%, у 2025 р. на 14% (рис. 3.7). Наочне відображення прогнозних показників зростання обсягів продажів компанії за альтернативними варіантами реалізації розроблених проектних заходів дозволяє зробити висновок, що найбільш прийнятним варіантом для ПП «СІВЕРПРОДУКТ» є залучення маркетингової агенції. Відповідно подальші розрахунки щодо ефективності функціонування бізнесу компанії будуть враховувати саме цей варіант.

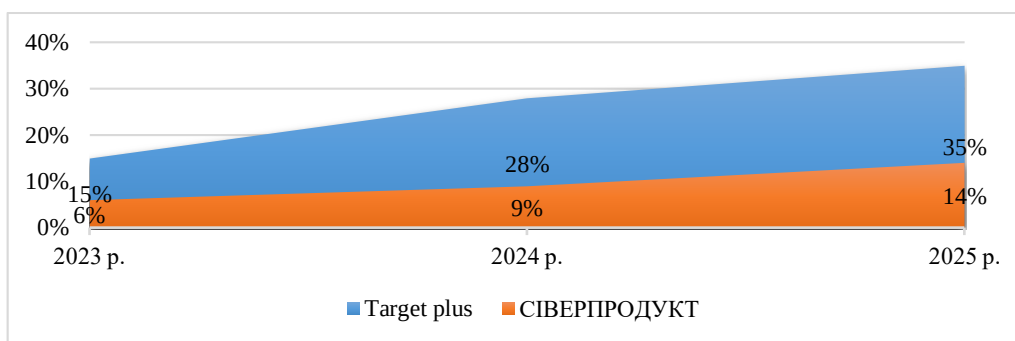


Рисунок 3.7 – Прогнозні показники зростання обсягів продажів за альтернативними варіантами реалізації розроблених проектних заходів

Джерело: прогнозні розрахунки автора

Отже представлена раніше концептуальна схема щодо підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» для досягнення поставленої мети даної магістерської дипломної роботи дозволила нам сформулювати конкретні проєктні заходи щодо їх реалізації (рис.3.8).



Рисунок 3.8 – Напрямки щодо підвищення ефективності функціонування бізнесу

ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: розроблено автором

3.2 Економічне обґрунтування доцільності реалізації розроблених проєктних заходів

Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів щодо підвищення ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» буде представлено в цілому за проєктом, причому прогнозування і порівняння відбуватиметься на основі базового року, яким є 2021 р. Також прогнозні розрахунки будуть демонструвати нам зміни лише в тих параметрах, на які запропоновані заходи безпосередньо впливають.

Перевагами реалізації заходу з впровадження чат-бота власними силами ПП «СІВЕРПРОДУКТ», тобто використання компанією конструктора чат-бота, по-перше, є термін реалізації заходів, який в два рази коротший ніж послуги професійної команди розробників, та, по-друге, є набагато дешевшим, оскільки бюджет витрат, а саме тарифні платежі за користування конструктором, складатиме 5,7 тис.грн. щорічно, проти 29,3 тис.грн за умови залучення професійної команди розробників, що у 5 разів більше. Отже вибір альтернативного варіанту є очевидним і доводиться на користь використання компанією конструктора чат-бота.

У табл. 3.4 представимо прогнозні обсяги продажів у вартісному вимірюванні, в яких закладено зростання їх фізичних обсягів, та очікувану величину операційного прибутку. Також зафіксуємо середні змінні витрати на рівні кінця 2021 р., а постійні витрати збільшимо з урахуванням реалізації наступних напрямків:

- у 2023 р. витрати для реалізації заходів з розвитку бренда (маркетинг, реклама, комунікації). Дану функцію буде виконувати маркетингове агенство ТОВ «Target plus» з вартістю бюджету 524 тис.грн/рік, та впровадження конструктора чат-бота з вартістю бюджету 5,7 тис.грн./рік.

- у 2024-2025 рр. збільшимо постійні витрати у порівнянні з 2021 р. з урахуванням середнього темпу приросту досліджуваного періода та з

урахуванням таких витрат, як технічна підтримка і консультації маркетингової агенції – 228 тис.грн/рік, а також платежі за користування конструктором – 5,7 тис.грн/на рік.

Таблиця 3.4 – Показники формування операційного прибутку ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2023 – 2025 рр.

Показники	2023 р.	2024 р.	2025 р.
1. Виручка від реалізації продукції, тис.грн.	10208,43	11653,02	12423,46
– товари зі складу	8758,83	9392,33	9541,22
– товари з Європи	1449,60	2260,69	2882,24
2. Змінні витрати, тис.грн	6134,66	6453,42	7111,85
– товари зі складу	5263,54	5201,46	5461,90
– товари з Європи	871,12	1251,96	1649,95
3. Постійні витрати, тис.грн.	3155,01	3684,70	3522,64
– товари зі складу	2707,00	2969,87	2705,38
– товари з Європи	448,01	714,83	817,25
4. Поточні витрати (загальна величина), тис.грн	9289,67	10138,12	10634,48
– товари зі складу	7970,54	8171,33	8167,28
– товари з Європи	1319,13	1966,80	2467,20
5. Операційний прибуток, тис.грн	918,76	1514,89	1788,98
– товари зі складу	788,29	1221,00	1373,94
– товари з Європи	130,46	293,89	415,04
6. Рентабельність реалізації продукції за операційним прибутком, %	9,0	13,0	14,4
– товари зі складу	25,36	28,68	32,3
– товари з Європи	2,3	5,0	6,5

Джерело: прогнозні розрахунки автора

Аналіз рівня прибутковості реалізації продукції ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2023 – 2025 рр. порівняно з 2021 р., свідчить про зростаючу тенденцію змін (рис.3.9). Так, прогнозна величина даного показника у 2023 р. є більшою на 8,14%, а у 2025 р. – на 10,44%.

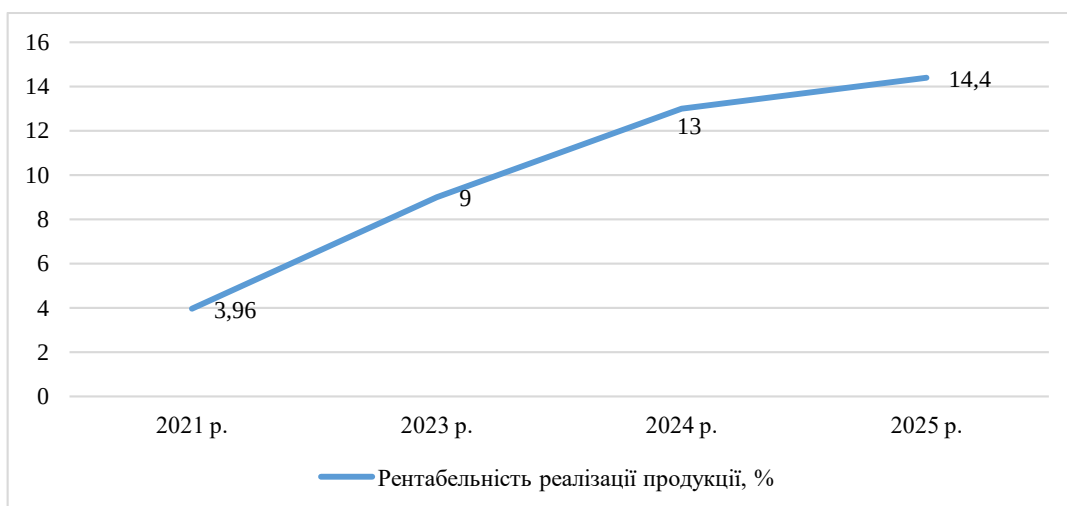


Рисунок 3.9 – Показники рентабельності реалізації продукції ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2021-2025 рр.

Джерело: прогнольні розрахунки автора

Враховуючи те, що очікується зростання обсягів реалізації продукції, витрати, пов'язані із відповідними закупівлями, також будуть збільшуватись. Відповідно у 2023 р. додаткові кошти для формування товарних запасів будуть становити 1147 тис.грн, у 2024 р. - 580 тис.грн, 2025 р. - 486 тис.грн. Врахування швидкості їх обороту дозволяє визначити додаткову потребу у оборотному капіталі, яка складатиме: у 2023 р. - 509 тис.грн, у 2024 р. - 381 тис.грн, у 2025 р. - 579 тис.грн.

Отже, загальний обсяг потреби у додатковому капіталі, який враховуватиме бюджет інвестиційних витрат, прописаний вище, буде складати:

$$I_{2023 \text{ р.}} = 509 + 529,7 = 1038,7 \text{ тис.грн.}$$

$$I_{2024 \text{ р.}} = 481 + 233,7 = 714,7 \text{ тис.грн.}$$

$$I_{2025 \text{ р.}} = 579 + 233,7 = 812,7 \text{ тис.грн.}$$

Порівняння потреб додаткових вкладень капіталу та прогнозованого рівня операційного прибутку у 2023 – 2025 рр., дозволяє констатувати той факт, що компанія зможе самостійно здійснити фінансування потреби у додаткових інвестиціях, оскільки вона матиме для цього достатній обсяг власних коштів. Тож оцінимо ефективність реалізації проєкту за чистим прибутком та

прибутковістю діяльності, а також за ефективністю інвестування у проект. Результати розрахунку представлено у табл.3.5.

Таблиця 3.5 – Показники формування чистого прибутку ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2023-2025 рр.

Показники	2023 р.	2024 р.	2025 р.
1. Операційний прибуток, тис.грн	918,76	1514,89	1788,98
2. Податок на прибуток, тис.грн	165,38	272,68	322,02
3. Чистий прибуток, тис.грн	753,38	1242,21	1466,96

Джерело: прогнозні розрахунки автора

Інформацію щодо доцільності інвестиційних вкладень отримаємо, оцінивши ефективність проекту за трьома варіантами розвитку (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Показники ефективності інвестицій проекту розвитку ПП
«СІВЕРПРОДУКТ» у 2021-2025 рр.

Показники	2023 р.	2024 р.	2025 р.	Разом
1	2	3	4	5
Оптимістичний сценарій				
1. Грошові потоки (ГП), тис.грн	753,38	1242,21	1466,96	3462,56
2. Інвестиції (І), тис.грн.	1038,7	714,7	812,7	2566,10
3. Дисконтний множник для ставки 23,5 % (ДМ _{23,5%})	0,810	0,656	0,531	-
4. Дисконтовані грошові потоки (ГП* ДМ _{23,5%}), тис.грн	610,24	814,89	778,96	2260,84
5. Дисконтовані інвестиції (І* ДМ _{23,5%}), тис.грн.	841,35	468,84	431,54	1779,81
6. Чистий приведений дохід (NPV), тис.грн	462,35			
7. Індекс рентабельності інвестицій (PI)	1,27			
8. Термін окупності інвестицій (PBP), років	2,37			
Реалістичний сценарій				
1. Грошові потоки (ГП), тис.грн	678,04	1117,99	1320,27	3116,30
2. Інвестиції (І), тис.грн.	1038,7	714,7	812,7	2566,10
3. Дисконтний множник для ставки 23,5 % (ДМ _{23,5%})	0,810	0,656	0,531	-

Продовження табл.3.6

1	2	3	4	5
4. Дисконтовані грошові потоки (ГП* ДМ _{23,5%}), тис.грн	549,22	733,40	701,06	1983,68
5. Дисконтовані інвестиції (І* ДМ _{23,5%}), тис.грн.	841,35	468,84	431,54	1741,73
6. Чистий приведений дохід (NPV), тис.грн	241,94			
7. Індекс рентабельності інвестицій (PI)	1,14			
8. Термін окупності інвестицій (PBP), років	2,63			
Песимістичний сценарій				
1. Грошові потоки (ГП), тис.грн	602,71	993,77	1173,57	2770,04
2. Інвестиції (І), тис.грн.	1038,7	714,7	812,7	2566,10
3. Дисконтний множник для ставки 23,5 % (ДМ _{23,5%})	0,810	0,656	0,531	-
4. Дисконтовані грошові потоки (ГП* ДМ _{23,5%}), тис.грн	488,19	651,91	623,17	1763,27
5. Дисконтовані інвестиції (І* ДМ _{23,5%}), тис.грн.	841,35	468,84	431,54	1741,73
6. Чистий приведений дохід (NPV), тис.грн	21,54			
7. Індекс дохідності інвестицій (PI)	1,01			
8. Термін окупності інвестицій (PBP), років	2,96			

Джерело: прогнозні розрахунки автора

Отже результати розрахунків свідчать про те, що за всіма альтернативними сценаріями розвитку проєкт є доцільним і з економічної точки зору інвестування грошових засобів в даний проєкт за представленою схемою є вигідним. Так, за реалістичним сценарієм розвитку чистий приведений дохід (NPV) становить 241,94 тис.грн, індекс дохідності інвестицій (PI) – 1,14; термін окупності – 2,63 роки.

3.3 Прогнозні показники ефективності функціонування бізнесу

Зробимо прогнозні розрахунки показників ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» за параметрами, які змінювались в процесі реалізації розроблених пропозицій та представимо прогнозні показники ресурсів досліджуваної компанії у табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Прогнозні показники ресурсної бази ПП
«СІВЕРПРОДУКТ»

Показники	2021 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.
1. Необоротні активи				
тис.грн	85,7	509,0	485,0	426,0
темп приросту, % до поп. року	-	493,93	-4,72	-12,16
темп приросту, % до 2021 року	-	493,93	465,93	397,08
2. Оборотні активи				
тис.грн	2998,0	4138,0	4855,0	5536,0
темп приросту, % до поп. року	-	38,03	17,33	14,03
темп приросту, % до 2021 року	-	38,03	61,94	84,66
3. Активи				
тис.грн	3083,7	4647,0	5340,0	5962,0
темп приросту, % до поп. року	-	50,70	14,91	11,65
темп приросту, % до 2021 року	-	50,70	73,17	93,34
4. Власний капітал				
тис.грн	24,0	777,38	1266,21	1490,96
5. Позиковий капітал				
тис.грн	3059,7	3869,62	4073,79	4471,04

Джерело: розраховано автором

Оскільки прогнозні показники ресурсів досліджуваної компанії було розраховано з врахуванням реалізації розроблених пропозицій, логічним є те, що саме в перші роки реалізації проекту ресурсна база зростає більш високими

темпами, а вже далі темпи зростання результатів перевищують темпи зростання ресурсів (рис. 3.10).

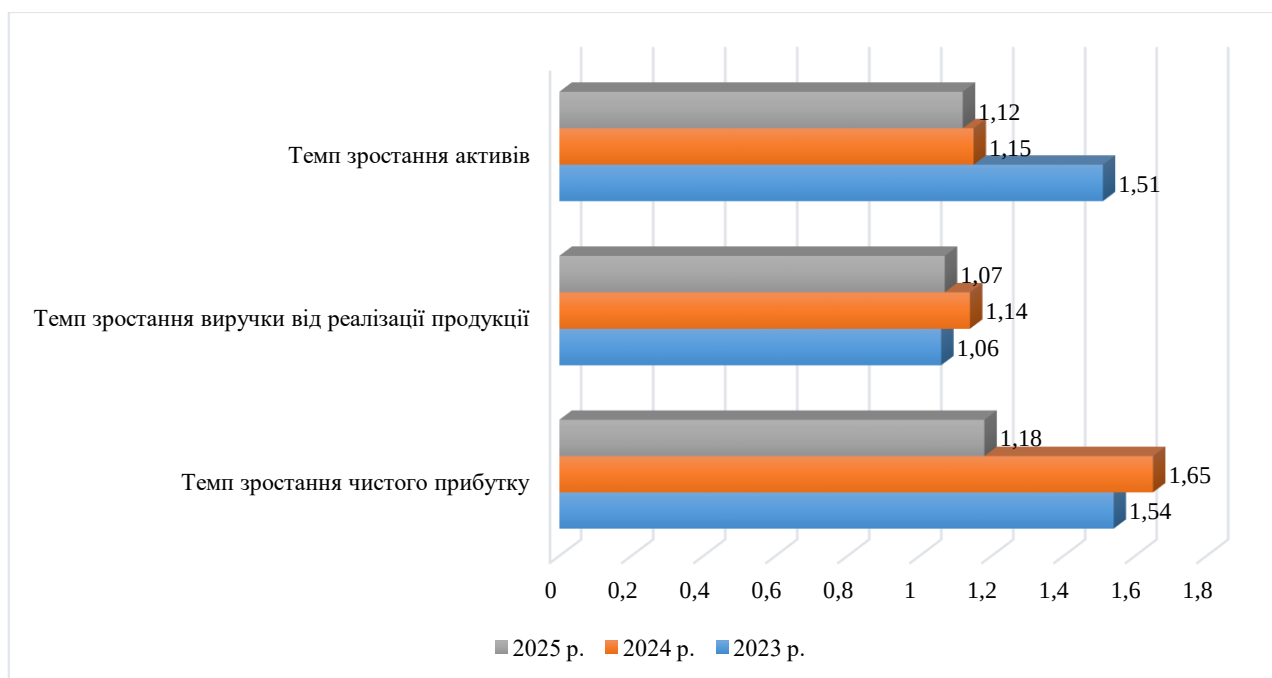


Рисунок 3.10 – Показники темпів зростання доходів та витрат

ПП «СІВЕРПРОДУКТ»

Джерело: розраховано автором

Як бачимо з рис.3.10, прогнозований рівень темпів зростання активів у 2023 р. становить 51%, у 2025 р. – 12%; чистого прибутку у 2023 р. становитимуть 54%, у 2025 р. – 18%.

Показники ділової активності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» в цілому за прогнозними розрахунками характеризуються спадною динамікою (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 – Показники ділової активності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» (прогноз)

Показники	2021 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.
1	2	3	4	5
1. Продуктивність активів, грн./грн	4,88	2,20	2,18	2,08
2. Продуктивність необоротних активів, грн/грн	175,59	20,06	24,03	29,16

Продовження табл.3.8

1	2	3	4	5
3.Продуктивність власного капіталу, грн/грн	626,99	13,13	9,20	8,33
4. Коефіцієнт оборотності оборотних активів, оборотів	1,47	1,43	1,30	1,20

Джерело: розраховано автором

Спадна динаміка показників ділової активності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» пов'язана з нижчими темпами зростання обсягів продажу продукції в порівнянні з темпами зростання ресурсної бази підприємства. Разом з цим порівнювання темпів зростання чистого прибутку з ресурсами компанії демонструють зростаючу тенденцію показників, про що свідчить прогноз динаміки показників рентабельності (рис. 3.11).

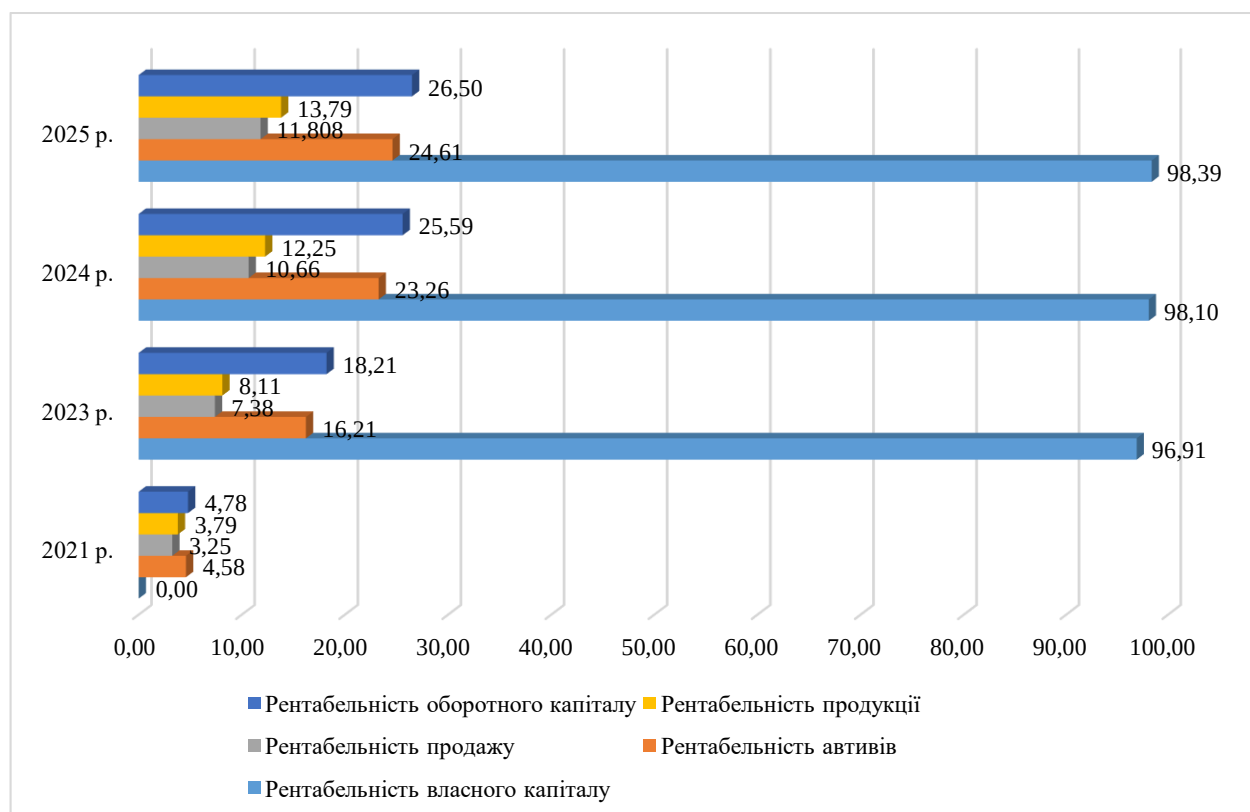


Рисунок 3.11 – Показники рентабельності (збитковості) діяльності
ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2023 – 2025 рр. (прогноз), %

Джерело: розраховано автором

Як свідчать прогностні розрахунки рентабельності реалізації продажів можуть збільшитись з 3,25% у 2021 р. до 11,8% у 2025 р.; рентабельність продукції з 3,79% до 13,79%; рентабельність активів з 4,58% до 24,61%.

Прогностні розрахунки EVA, результати яких представлено на рис. 3.12, дозволяють зробити наступні висновки:

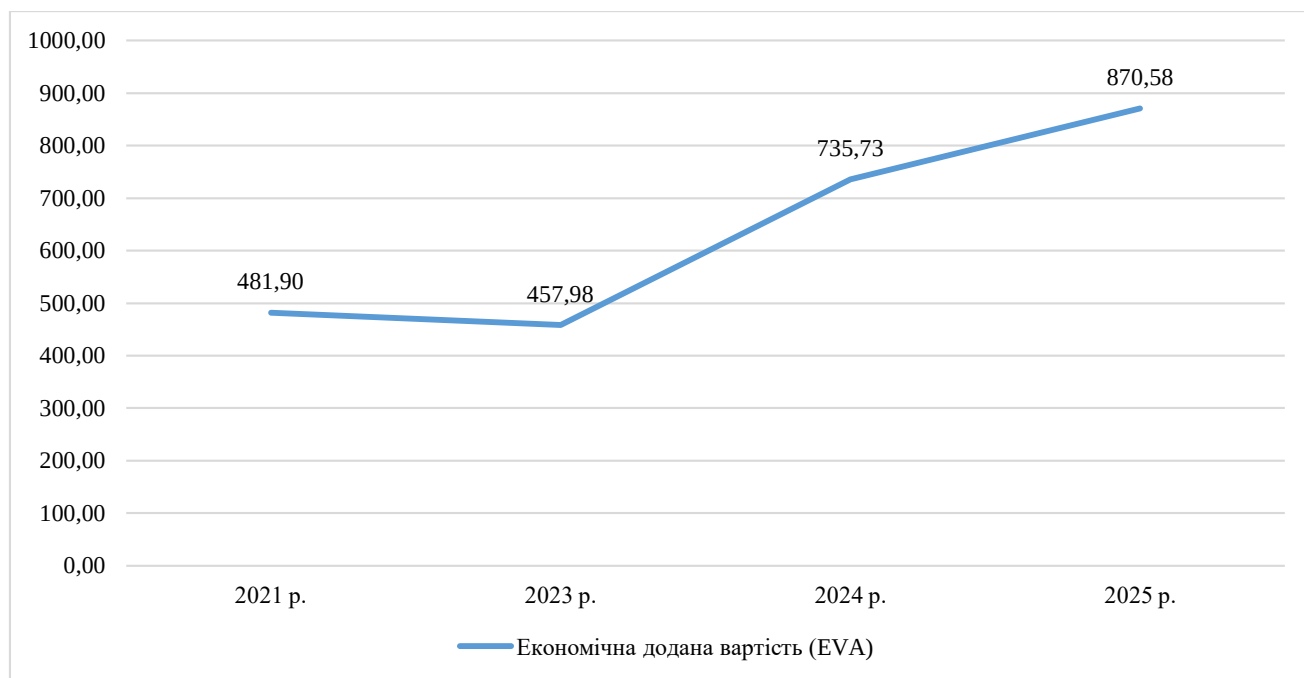


Рисунок 3.12 – Показники економічної доданої вартості ПП «СІВЕРПРОДУКТ» у 2021-2025 рр.(прогноз), тис.грн.

Джерело: розраховано автором

— незважаючи на те, що у 2023 р. висока вартість власного капіталу відобразилася на формуванні доданої вартості бізнесу компанії, тобто призвела до її руйнування, в цілому спостерігається зростаюча тенденція щодо економічної доданої вартості, яка у 2025 році сягнула рівня 870,58 тис.грн.

Отже, мета кваліфікаційної магістерської роботи досягнуто, усі поставлені завдання виконано.

ВИСНОВКИ

Узагальнення результатів дослідження теоретико-методичного базису визначення та оцінювання ефективності функціонування бізнесу та їх практичного застосування у діяльність ПП «СІВЕРПРОДУКТ» дозволяють зробити такі висновки:

1. Різноманітність трактувань ефективності свідчить про те, що не існує загального поняття цього терміну. Основним якісним фактором економічного зростання будь-якої організації є її економічна ефективність, яка забезпечує абсолютне зростання результатів компанії. Загальним показником ефективності є рентабельність. Ефективність розрізняють за певними видами, які залежать від складових елементів внутрішнього і зовнішнього середовища з якими зіставляється результат.

2. Аналіз ефективності функціонування будь-якого бізнесу проводиться за допомогою цілого комплексу показників, які поділяють на певні групи. Головною метою оцінки ефективності діяльності підприємства є пошук та знаходження потенційних можливостей для зростання всіх зазначених показників, а також коригування чи усунення факторів, що гальмують розвиток бізнесу. При аналізі оцінки ефективності бізнесу насамперед значну увагу приділяють фінансовим показникам. Вони виступають орієнтирами, коли оцінюють кредитоспроможність, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість вітчизняних компаній.

3. Будь-який власник бізнесу прагне до швидкого зростання його компанії, однак, разом із швидким зростанням починаються управлінські проблеми, які негативно впливають на клієнто-орієнтованість, витрати та швидкість реакції підприємства на ринку. І якщо на початку бажані швидкі результати можливі, то згодом активність може почати знижуватись. Потрібно розуміти причини, через які це відбувається. Знаючи джерела нових проблем, їх легко усунути. Для підвищення ефективності функціонування бізнесу необхідно розробити ефективний план, що дає результат. Він повинен враховувати

внутрішні завдання та роботу фірми, а також усі зміни зовнішніх обставин. Поєднуючи це з особливостями виробничих моментів, будуть знайдені способи підвищення ефективності виробництва та досить швидко отриманий бажаний результат.

4. ПП «СІВЕРПРОДУКТ» - одна з найбільших в регіоні торгових компаній з реалізації продуктів харчування. На даний момент підприємство обслуговує м. Чернігів, область та деякі інші регіони України. Компанія здійснює оптовий продаж кави і чаю, при цьому поступово розширюючи асортимент та збільшуючи межі своєї діяльності. На кінець 2021 р. асортимент товарів налічував 3 тис. найменувань. Кількість працівників, які працюють в компанії, складає 48 осіб. Організаційна структура управління – лінійно-функціональна. За аналізований період 2019-2021 рр. в компанії прослідковується тенденція до зменшення обсягу чистого доходу, що є негативним, і свідчить про скорочення обсягів наданих послуг споживачам в бізнес-діяльності підприємства. Однак, незважаючи на таку спадну динаміку щодо результатів чистого доходу компанії, яка стала відображенням складної економічної ситуації та світової кризи, по'язаної з пандемією COVID-19, чистий прибуток протягом всього досліджуваного періоду має зростаючу динаміку, що, в свою чергу, свідчить про ефективність дій з боку менеджменту ПП «СІВЕРПРОДУКТ». Найбільший розподіл обсягу чистого доходу від реалізованої продукції підприємства припадає на товари вітчизняного виробництва зі складу, з його середньою часткою від загального обсягу реалізації - 60,3 %. Решту чистого доходу складають товари з Європи.

5. Оцінювання ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» було зроблено за напрямками що стосуються фінансового ризику, ліквідності та платоспроможності, ділової активності та прибутковості. Щодо рівня фінансового ризику функціонування бізнесу, то встановлено, що протягом 2019– 2021 рр. компанія є повністю фінансово залежною від зовнішніх контрагентів, і з точки зору забезпеченості запасів коштами є абсолютно нестійким, рівень кредиторської заборгованості перевищує дебіторську більше

ніж у 2 рази, що в свою чергу створює загрозу стійкості його бізнесу. З точки зору визначення рівня оптимальності структури капіталу визначено, що структура капіталу є не ефективною. Це пов'язано з високою часткою власного капіталу у загальній його величині, що негативно відобразилося на показниках рентабельності власного капіталу за чистим прибутком. Результати оцінювання ліквідності та платоспроможності ПП «СІВЕРПРОДУКТ» показали, що незважаючи на невідповідність еталонним значенням розрахованих показників, в цілому відмічається позитивна динаміка щодо платоспроможності компанії. Всі розраховані показники мають стійку тенденцію до зростання.

6. Проведений аналіз ефективності функціонування бізнесу ПП «СІВЕРПРОДУКТ» дозволяє зробити наступні висновки: 1) безконтрольність нарощування кредиторської заборгованості на підприємстві створює загрозу стійкості його бізнесу. Компанії потрібно приділити увагу щодо оптимальності балансу кредиторської і дебіторської заборгованості, періоду оборотності та ретельно проаналізувати умови заборгованості контрагентам; 2) оптимізувати строки повернення дебіторської заборгованості, що в майбутньому дасть можливість спланувати виплати постачальникам.

7. Ідентифіковані проблеми, пов'язані з зниженням обсягів реалізації компанії, а також слабкістю маркетингової діяльності. Концепція розвитку ПП «СІВЕРПРОДУКТ» включає два напрямки: 1) Цифровізація, яка передбачає впровадження технології роботизованих чатів, що відкриватиме для компанії низку можливостей з вдосконалення клієнтського досвіду, підвищення операційної ефективності бізнесу та оптимізації внутрішніх процесів; 2) Брендінг, що має на меті розвинути бренд компанії та посилити його вплив на споживачів з метою прийняття рішень щодо покупки. Тож серед заходів, які, покликані вирішити проблеми досліджуваного підприємства в контексті теми даної магістерської роботи, пропонуються такі: Захід 1 – впровадження на підприємстві чат-бота; Захід 2 – розвиток бренду компанії.

8. Перевагами реалізації заходу з впровадження чат-боту власними силами ПП «СІВЕРПРОДУКТ», тобто використання компанією конструктора

чат-бота, по-перше, є термін реалізації заходів, який в два рази коротший ніж послуги професійної команди рпрозробників, та, по-друге, є набагато дешевшим, оскільки бюджет витрат, а саме тарифні платежі за користування конструктором, складатиме 5,7 тис.грн. щорічно, проти 29,3 тис.грн за умови залучення професійної команди рпрозробників, що у 5 разів більше. Отже вибір альтернативного варіанту є очевидним і доводиться на користь використання компанією конструктора чат-бота. В рамках реалізації проєкту з розвитку та просування бренду ПП «СІБЕРПРОДУКТ» в якості другого заходу планується залучення маркетингової агенції «Target plus» з вартістю бюджету 524 тис.грн. (разові витрати) та щорічні платежі за технічну підтримку і консультації агенції в обсязі 228 тис.грн/рік.

Результати розрахунків свідчать про те, що за всіма альтернативними сценаріями розвитку проєкт є доцільним і з економічної точки зору інвестування грошових засобів в даний проєкт за представленою схемою є вигідним. Так, за реалістичним сценарієм розвитку чистий приведений дохід (NPV) становить 241,94 тис.грн, індекс дохідності інвестицій (PI) – 1,14; термін окупності – 2,63 роки.

9. За прогнозними розрахунками в перші роки реалізації проєкту ресурсна база зростає більш високими темпами, а вже далі темпи зростання результатів перевищують темпи зростання ресурсів. Спадає динаміка показників ділової активності ПП «СІБЕРПРОДУКТ» пов'язана з нижчими темпами зростання обсягів продажу продукції в порівнянні з темпами зростання ресурсної бази підприємства. Разом з цим порівнювання темпів зростання чистого прибутку з ресурсами компанії демонструють зростаючу тенденцію показників, про що свідчить прогноз динаміки показників рентабельності. Незважаючи на те, що у 2023 р. висока вартість власного капіталу відобразилася на формуванні доданої вартості бізнесу компанії, тобто призвела до її руйнуванню, в цілому спостерігається зростаюча тенденція щодо економічної доданої вартості, яка у 2025 році сягнула рівня 870,58 тис.грн.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Лігоненко Л.О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять «ефективність» і «результативність» управління підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 10 (88). С. 207–216.
2. Андрійчук В. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз / В. Андрійчук. К. : КНЕУ, 2005. 292 с.
3. Аджавенко М.М. Теоретичні засади визначення сутності категорії «ефективність розвитку» підприємств. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 264–270.
4. Майстро Р.Г. Науково-теоретичні основи ефективності. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 32 (1075). С. 97–102.
5. Косянчук Т.Ф. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства за сучасних умов. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 3. С. 113–116.
6. Нусінов В.Я., Турило А.М., Темченко О.Г. Економічний аналіз діяльності підприємств та об'єднань у промисловості: [навч. допомога]. Кривий Ріг: Мінерал, 1999. 172 с.
7. Федулова Л.І. Менеджмент організацій: підручник. Київ: Либідь, 2003. 448 с.
8. Лямець В.І., Тевяшев А.Д. Системний аналіз. Вступний курс. навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2004. 448 с.
9. Орлов П.А. Економіка підприємства: навчальний посібник. Харків: РІО ХДЕУ, 2000. 401 с.
10. Осовська Г.В. Основи менеджменту. URL: <https://library.if.ua/book/3/458.html>. (Дата звернення 22.06.2022).
11. Geamanu, M. Economic efficiency and profitability. URL: https://www.researchgate.net/publication/265814327_ECONOMIC_EFFICIENCY_AND_PROFITABILITY. (Дата звернення 21.06.2022).
12. Друкер П. Ф. Ефективний управляючий / Пітер Фердінанд Друкер.

BCI, 1994. 268 с.

13. Череп А.В. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. №1. 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>. (Дата звернення 22.06.2022).

14. Осипов В.І. Економіка підприємства : підручник. Одеса: Маяк, 2005. 724 с.

15. Слободняк І.А., Тарових А.О. До питання сутності категорії «ефективність». *Міжнародний бухгалтерський облік* 2014. № 19 (313). С. 56–64.

16. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 624 с.

17. Циро Ф.С., Юрковська Г.І. Види ефективності діяльності високотехнологічних підприємств. *Актуальні проблеми авіації та космонавтики*. 2016. Т. 2. С. 302-304.

18. Сидора Т.Ю. Критерії оцінювання ефективності діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1298>. (Дата звернення: 21.06.2022).

19. Боярина Т.В., Кашубіна Ю.Б. Удосконалення класифікації ефективності на основі системного підходу. *Проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 271–276.

20. Гречко А. В., Гречухін А. С. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/44.pdf. (Дата звернення: 25.06.2022).

21. Чухраєва Н.М., Циганова К.В. Оцінювання ефективності використання ресурсів у підприємницькій діяльності. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35295/Chukhrayeva-20210128.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (Дата звернення: 15.06.2022).

22. Шегда А. В. Менеджмент. К.: Знання, 2012. 583 с.

23. Фролова Т. О. Фінансовий аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення і практичних завдань / Т. О. Фролова. Київ : Вид-во

Європ. ун-ту, 2005. 253 с.

24. Ніколаєнко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. №6. С. 180–191.

25. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз [Текст] : навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів екон. спец. / Ю. С. Цал-Цалко. 2-е вид., перероб. і доп. Житомир : [б.в.], 2001. 300 с.

26. Гречко А.В. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4744>. (Дата звернення 18.06.2022).

27. Левченко Ю. Г., Шекмар Н. А. Методичні підходи до визначення ефективності господарської діяльності підприємства. *Науковий вісник ужгородського університету. Серія «Економіка»*. Випуск 32. Ужгород 2011. С. 130-136.

28. Керанчук Т.Л. Напрями підвищення ефективності функціонування малого бізнесу в Україні. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20786/4/69415247-c4d4-432c-960e-467abf56bee5%20%281%29.pdf>. (Дата звернення 19.06.2022).

29. Джеджула В.В. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 11. С.12-14.

30. Андрусь О.І. Напрями підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2014. Випуск 14. С.231-236.

31. Продіус О.І. Шляхи підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві. *ECONOMICS: time realities*. 2020. №4(50). URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2020/No4/57.pdf>. (Дата звернення 12.06.2022).

32. YouControl – сервіс перевірки контрагентів. Офіційний сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/38709479/. (Дата звернення 04.07.2022).

33. ПП «Сіверпродукт». Офіційний сайт. URL: <https://siverprod.com.ua/>. (Дата звернення 09.07.2022).
34. Бізнес-діагностика підприємства: навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко. Київ: КНЕУ, 2013. 448 с.
35. Економіка підприємства: підручник / Г. О. Швиданенко, К.С.Бойченко, В.Г.Васильков та ін.): за заг. та наук.ред.проф. Г.О.Швиданенко. Київ: КНЕУ, 2019.551с.
36. Бізнес-діагностика підприємства: навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко. Київ: КНЕУ, 2013. 448 с.
37. Олійник О.О. Фінансовий стан підприємства в контексті ліквідності та платоспроможності. *Агросвіт*. 2018. №19. С. 34-38.
38. Управління формуванням власного капіталу підприємства. URL: <http://yak.vlynko.com/?p=353>. (Дата звернення: 18.07.2022)
39. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підруч. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 390 с.
40. Зайцева С.Г. Чисті активи як інструмент регулювання діяльності підприємств України. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. Випуск 14. 2010. С.148-152.
41. Назаренко І.М. Аналіз науково-методичних підходів до розрахунку та оцінки чистих активів підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/14-2015/39.pdf>. (Дата звернення 11.07.2022).
42. Ольшанський О.В. Оцінка ефективності бізнес-процесів підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. Серія «Економіка і менеджмент». Випуск 6 (76). 2018. С.53-55.
43. Отенко І.П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. *Бізнес-інформ*. №6. 2020. С.190-195.
44. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. *Інноваційна економіка*. №10. 2013. С.27-33.

45. Вовк В. Комплексна оцінка ділової активності підприємства. URL: https://www.researchgate.net/publication/322662799_Kompleksna_ocinka_dilovoi_a_ktivnosti_pidpriemstva. (Дата звернення 15.07.2022).

46. Market Data Forecast. Офіційний сайт. URL: <https://www.marketdataforecast.com/food-and-beverages>. (Дата звернення 21.07.2022).

47. Чупріна М.О. Використання технологій чат-ботів в умовах цифрової трансформації бізнесу. II Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». 2021. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230945>. (Дата звернення 23.07.2022).

48. Укрінформ. Офіційний сайт. Робопес від Boston Dynamics допоможе Україні з розмінуванням. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3513133-robopes-vid-boston-dynamics-dopomoze-ukraini-z-rozminuvannam.html>. (Дата звернення 22.07.2022).

49. Інтернет-видання AIN.UA. Український e-commerce під час війни – дослідження. URL: <https://ain.ua/2022/07/01/ukrayinskyj-e-commerce-pid-chas-vijny/>. (Дата звернення 12.08.2022).

50. Чат-боти для бізнесу. Як створити та навчити ефективного віртуального помічника. *Економічна правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/08/10/663837/>. (Дата звернення 21.07.2022).

51. Аакер Д., Йохімштайлер Е. Бренд-лідерство: нова концепція брендингу: Пер. з англ. М., 2003.

52. Madden T.J., Fehle F., Fournier S. Brands Matter: An Empirical Demonstration of the Creation of Shareholder Value Through Branding // Journal of the Academy of Marketing Science. 2006. Vol. 34. № 2. P. 224–235.

53. Настрої та поведінка споживачів продовжують відображати невизначеність кризи COVID-19. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our->

[insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19](#). (Дата звернення 25.07.2022).

54. Полях С.С. Особливості зміни поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 9. С.69-76. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/9-10_2022/13.pdf. (Дата звернення 24.07.2022).

55. Transport. BLV-pro: Війна в Україні ставить під загрозу ланцюги поставок. URL: <https://transport-online.de/news/blv-pro-angriff-auf-ukraine-gefaehrdet-lieferketten-64954.html>. (Дата звернення 13.09.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

Опубліковані тези за результатами конференції
«Менеджмент: виклики та перспективи цифрової епохи»
16 листопада 2022 року

РОЛЬ БІЗНЕС-ПРОЕКТУВАННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Анотація. Визначено засади ефективності функціонування бізнесу, опис теоретичних концепцій та методології розробки проектів, базових підходів і критеріїв визначення та обґрунтування вибору напрямків змін.

Ключові слова: економічна ефективність, управління бізнес-процесами, бізнес-проектування.

THE ROLE OF BUSINESS DESIGN FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY

Summary. The principles of business operation efficiency, a description of theoretical concepts and project development methodology, basic approaches and criteria for determining and justifying the choice of change directions are defined.

Key words: economic efficiency, business process management, business design.

Успішне здійснення будь-яких видів господарської діяльності обов'язково веде компанію до підвищення його власного капіталу та отримання додаткового прибутку, що зрештою в ринкових умовах є проявом основної мети функціонування бізнесу. Задоволенню потреб населення та потенційних споживачів, а також одержанню підприємством доходів від реалізованої продукції, робіт та послуг сприяють усі види відомих методик, які спрямовані на розширення асортименту товарів, покращення організаційної структури підприємства, вихід на нові ринки, підвищення ефективності функціонування бізнесу загалом.

Економічна ефективність - це поняття, яке використовується з метою оцінювання результатів господарської діяльності компанії, порівнюючи його з тими зусиллями, з якими була пов'язана відповідна діяльність підприємства. Основний якісний фактор економічного зростання будь-якої організації проявляється в її економічній ефективності, що забезпечує абсолютне зростання результатів компанії, використовуючи при цьому ту саму величину зусиль. До складу економічної ефективності входить рентабельність, яка являється загальним показником ефективності.

Ключовий індикатор розвитку підприємств, і навіть економіки загалом, характеризується економічною ефективністю інвестицій. Тільки ті інвестиції, які дають можливість отримувати прибуток, вважаються ефективними.

Для повної оцінки показників ефективності функціонування використовується набір даних, що відображаються в бухгалтерській, грошовій, управлінській та іншій бухгалтерській звітності підприємства. Тобто, ефективність - це оцінка та порівняння результатів, отриманих від господарської діяльності підприємства, із кількістю витрачених для цього ресурсів. Цей показник вказує не тільки на результат, а й на те, як він був досягнутий. Тому для розрахунку використовуються відносні показники функціонування підприємства, які були розраховані на основі результатів і витрат у процесі його діяльності.

Управління бізнес-процесами промислового підприємства – це розроблення оптимальної моделі виконання бізнес-процесу, виявлення пріоритетних процедур для ефективної їх роботи, аналіз і оцінка за основними параметрами (витратами, інформацією, ресурсами, швидкістю ухвалення рішень тощо).

Важливими елементами управління бізнес-процесами підприємства та їх оптимізації є побудова інтегрованої моделі процесу. Модель процесу може бути сформована на основі використання структури бізнес-процесу.

У загальному вигляді під структурою бізнес-процесу розуміється склад і взаємозв'язки між різними елементами бізнесу або бізнес-процесами, які визначаються виходячи з цільових орієнтирів і функціональних завдань, спеціалізації, що базуються на поєднанні, та кооперації. Слід зазначити, що

процесноорієнтований підхід розглядає бізнес підприємства як набір процесів, тому управління підприємством слід розглядати як управління процесами.

При побудові моделі бізнес-процесів необхідно відображувати бізнес-систему з трьох сторін: функції, які система повинна виконувати; стосунки між даними; динамічна поведінка системи.

Бізнес-проекування включає в себе три етапи:

1. підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;
2. розробка бізнес-плану;
3. презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Ідентифікація і планування бізнес-процесу для успішного управління підприємством визначаються залежно від специфіки підприємства. Можна ідентифікувати такі типи процесів:

- процеси менеджменту організації, які вміщують процеси, що належать до стратегії планування, встановлення фінансової політики, постановки завдання, забезпечення доступності необхідних ресурсів, а також аналізу цього процесу керівництвом;
- процеси управління ресурсами, які містять процес постачання ресурсів, необхідних для процесів управління підприємством, створення продукції та вимірювання досягнень;
- процеси вимірювання, аналізу й удосконалення, які передбачають ті процеси, які необхідні, аби вимірювати і збирати дані для аналізу характеристик і поліпшення ефективності та результативності підприємства.

Бізнес-проекування для розвитку компанії передбачає процеси управління нею, постановку мети та управління ресурсами. Основні процеси базуються на процесах життєвого циклу продукції, спрямовані на предмет праці і здійснюють виробництво продукції або надання послуг від її розроблення, постановки на

виробництво, власне виробництво до постачання, тобто це ті процеси, які безпосередньо створюють цінність для споживачів.

Допоміжні (ті, що забезпечують або підтримують) процеси створюють необхідні умови для здійснення основних процесів. До складу допоміжних процесів відносять підтримку інфраструктури в належному стані, інформаційні технології, управління засобами вимірювальної техніки тощо.

Висновок

Головна перевага бізнес-проектування для розвитку компанії полягає в тому, що правильно відпрацьований подібний план дає перспективу розвитку фірми, тобто в кінцевому рахунку, відповідає на найважливіше для бізнесмена питання: чи варто вкладати гроші в цю справу, чи принесе вона доходи, які окуплять усі витрати сил і засобів.

Додаток Б



Рисунок Б.1 – Негативні та позитивні моменти ведення бізнесу в сфері e-commerce в Україні у воєнний час

Джерело: розроблено автором за [49]

Додаток В

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "СІВЕРПРОДУКТ"	за ЄДРПОУ	2020 01 01
Територія ЧЕРНІГІВСЬКА	за КОАТУУ	38709479
Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство	за КОПФГ	7410100000
Вид економічної діяльності Оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами	за КВЕД	120
Середня кількість працівників, осіб 42		46.37
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон вулиця Індустріальна, буд. 11 А, м. ЧЕРНІГІВ, ЧЕРНІГІВСЬКА обл., 14001		651654

1.Баланс на 31 грудня 2019 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	16,0	
первісна вартість	1001	-	52,8	
накопичена амортизація	1002	(-)	(36,8)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	19,6	12,8	
Основні засоби :	1010	182,3	168,7	
первісна вартість	1011	420,7	464,0	
знос	1012	(238,4)	(295,3)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	201,9	197,5	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	1 131,3	1 082,9	
у тому числі готова продукція	1103	1 131,3	1 082,9	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	-	245,8	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	297,9	309,2	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	115,9	133,1	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	263,7	260,0	
Витрати майбутніх періодів	1170	12,5	13,2	
Інші оборотні активи	1190	-	-	
Усього за розділом II	1195	1 821,3	2 044,2	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	2 023,2	2 241,7	

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 216,0)	(1 028,0)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	(916,0)	(728,0)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	33,0	27,0
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 579,2	1 222,0
розрахунками з бюджетом	1620	186,5	231,6
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	41,3
розрахунками зі страхування	1625	15,6	18,2
розрахунками з оплати праці	1630	43,4	60,3
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 081,5	1 410,6
Усього за розділом III	1695	2 906,2	2 942,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	2 023,2	2 241,7

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2019 _____ р.

Стаття		Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
1	Код рядка 2	За звітний період 3	За аналогічний період попереднього року 4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	17 606,1	15 022,7
Інші операційні доходи	2120	711,3	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	18 317,4	15 022,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(15 307,6)	(12 756,1)
Інші операційні витрати	2180	(2 780,5)	(3 082,6)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(18 088,1)	(15 838,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	229,3	(816,0)
Податок на прибуток	2300	(41,3)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	188,0	(816,0)

Керівник

Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

ЕП Кармазін
Юрій
Анатолійович
ЕП Шутченко
Ірина Юріївна

Кармазін Юрій Анатолійович

(ініціали, прізвище)

Шутченко Ірина Юріївна

(ініціали, прізвище)

Додаток І
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу І)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "СІВЕРПРОДУКТ"

Територія ЧЕРНІГІВСЬКА

Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство

Вид економічної діяльності Оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами

Середня кількість працівників, осіб 47

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон вулиця Індустріальна, буд. 11 А, м. ЧЕРНІГІВ, ЧЕРНІГІВСЬКА обл., 14001

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2021	01	01
38709479		
7410100000		
120		
46.37		

0933589192

І.Баланс на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	16,0	5,4
первісна вартість	1001	52,8	52,8
накопичена амортизація	1002	(36,8)	(47,4)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12,8	12,8
Основні засоби :	1010	168,7	116,5
первісна вартість	1011	464,0	472,0
знос	1012	(295,3)	(355,5)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	197,5	134,7
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	1 082,9	1 067,9
у тому числі готова продукція	1103	1 082,9	1 067,9
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	245,8	321,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	309,2	295,8
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	133,1	4,6
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	260,0	295,9
Витрати майбутніх періодів	1170	13,2	13,6
Інші оборотні активи	1190	-	119,4
Усього за розділом II	1195	2 044,2	2 118,9
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	2 241,7	2 253,6

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1 028,0)	(765,1)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	(728,0)	(465,1)
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	27,0	11,7
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 222,0	1 424,0
розрахунками з бюджетом	1620	231,6	81,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	41,3	57,7
розрахунками зі страхування	1625	18,2	25,7
розрахунками з оплати праці	1630	60,3	95,2
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 410,6	1 080,4
Усього за розділом III	1695	2 942,7	2 707,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	2 241,7	2 253,6

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2020 _____ р.

Стаття		Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
1	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15 263,0	17 606,1
Інші операційні доходи	2120	1 991,1	711,3
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	17 254,1	18 317,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(12 957,2)	(15 307,6)
Інші операційні витрати	2180	(3 976,3)	(2 780,5)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(16 933,5)	(18 088,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	320,6	229,3
Податок на прибуток	2300	(57,7)	(41,3)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	262,9	188,0

Керівник _____ (підпис)
Головний бухгалтер _____ (підпис)

ЕП Кармазін
Юрій
Анатолійович
Кармазін Юрій Анатолійович
ЕП Шутченко
Ірина Юріївна
(ініціали, прізвище)
Шутченко Ірина Юріївна
(ініціали, прізвище)

Додаток 1

до Національного положення (стандарту)

бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова

звітність"

(пункт 4 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "СІВЕРПРОДУКТ"

Дата(рік,місяць,число)

за СДРПОУ

за КАТОТТГ

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2022	01	01
38709479		
UA74100390010054815		
120		
46.37		

Територія ЧЕРНІВЦЬКА

Організаційно-правова форма господарювання Приватне підприємство

Вид економічної діяльності Оптова торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами

Середня кількість працівників, осіб 48

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон вулиця Індустріальна, буд. 11 А, м. ЧЕРНІВ, ЧЕРНІВЦЬКА обл., 14001

0933589192

1.Баланс на 31 грудня 2021 р.

Актив		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	5,4	-	
Первісна вартість	1001	52,8	52,8	
Накопичена амортизація	1002	(47,4)	(52,8)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12,8	12,8	
Основні засоби :	1010	116,5	72,9	
первісна вартість	1011	472,0	472,0	
знос	1012	(355,5)	(399,1)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	134,7	85,7	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	1 067,9	944,2	
у тому числі готова продукція	1103	1 067,9	944,2	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	321,7	459,0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	295,8	257,3	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4,6	608,2	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	295,9	266,5	
Витрати майбутніх періодів	1170	13,6	15,3	
Інші оборотні активи	1190	119,4	447,5	
Усього за розділом II	1195	2 118,9	2 998,0	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	2 253,6	3 083,7	

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(765,1)	(276,0)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	(465,1)	24,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	11,7	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 424,0	1 518,3
розрахунками з бюджетом	1620	81,7	140,3
у тому числі з податку на прибуток	1621	57,7	123,6
розрахунками зі страхування	1625	25,7	-
розрахунками з оплати праці	1630	95,2	97,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 080,4	1 303,6
Усього за розділом III	1695	2 707,0	3 059,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	2 253,6	3 083,7

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2021 р.

		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	15 047,8	15 263,0	
Інші операційні доходи	2120	3 106,5	1 991,1	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	18 154,3	17 254,1	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(12 901,7)	(12 957,2)	
Інші операційні витрати	2180	(4 656,1)	(3 976,3)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(17 557,8)	(16 933,5)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	596,5	320,6	
Податок на прибуток	2300	(107,4)	(57,7)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	489,1	262,9	

Керівник

Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

ЕП Кармазін
Юрій
Анатолійович
ЕП Шутченко
Ірина Юріївна

Кармазін Юрій

(ініціали, прізвище)

Шутченко Ірина

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Короткий звіт подібностей

метадані

Заголовок
ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Автор
Пітк Владислав Сергійович

Науковий керівник
доцент Швидка О.П.

підрозділ
кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		24
Інтервали		64
Мікропробіли		15
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		119

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плаґіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

15140

Кількість слів



КЦ

117056

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Прокручуйте список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Позначити фрагмент" та перегляньте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (випадкові схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (мозаїчний плаґіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плаґіат).

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://marketer.ua/ua/buyers-in-2022-top-marketing-trends/	61	0.40 %
2	Стратегія забезпечення прибутковості діяльності підприємства 3/21/2018 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра бізнес-економіки та підприємництва)	50	0.33 %
3	https://topuch.ru/obruntuvannya-biznes-propoziciji-shodo-pidvishennya-efektivnos/index.html	46	0.30 %
4	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf	42	0.28 %
5	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf	40	0.26 %

Додаток Д

ПРОТОКОЛ АНАЛІЗУ ЗВІТУ ПОДІБНОСТІ НАУКОВИМ КЕРІВНИКОМ

Заявляю, що я ознайомилась з повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи Пітіка Владислава Сергійовича на тему «Обґрунтування проєкту підвищення ефективності функціонування бізнесу».

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Швидка О.П

Підрозділ: *кафедра бізнес-економіки та підприємництва*

Коефіцієнт подібності: КП1(довжина фрази)= 10.61%; КП2(кількість слів)= 4%

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

- ☐ виявлені в роботі запозичення є сумнійними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;
- ☐ виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;
- ☐ виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

Швидка О.П