

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

Навчально-науковий інститут бізнес-освіти імені Анатолія ПОРУЧНИКА

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Бізнес-економіка і аналітика»

Заочна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

МІЦЕРУК СВІТЛАНИ ВАСИЛІВНИ

на тему: «УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Світлана МІЦЕРУК.*

Науковий керівник:
док. екон. наук, проф.
_____ Олена КИЗЕНКО

Робота допущена до захисту в ЕК «__»_____2024 р. протокол № __

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

Інна РЄПІНА

Київ 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Концептуальні засади інформаційного забезпечення функціонування бізнесу.....	5
1.1 Сутність інформації та її значення для бізнесу.....	5
1.2 Загальна характеристика ключових елементів системи інформаційного забезпечення бізнесу	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Методи бізнес-аналізу в контексті необхідного інформаційного забезпечення	20
РОЗДІЛ 2. Економічна діагностика ТОВ «Іппон-шифт».....	25
2.1 Загальна характеристика компанії та її середовища господарювання	25
2.2 Фінансово-економічний аналіз результатів діяльності ТОВ «Іппон-шифт» ...	31
2.3 Оцінка стану інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт»	38
РОЗДІЛ 3. Розробка проекту удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт».....	49
3.1 Напрями удосконалення інформаційного забезпечення діяльності підприємства	49
3.2 Обґрунтування проекту удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт».....	56
3.3 Результативність впровадження запропонованого проекту	62
ВИСНОВКИ	70
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	75
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному світі інформаційне забезпечення є невід'ємною частиною будь-якого бізнесу. Від його якості залежить здатність компаній приймати обґрунтовані рішення на основі даних. Дослідження теми удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу важливе з точки зору визначення, як за допомогою бізнес-аналізу можна використовувати дані та технології для оптимізації процесів і покращення продуктивності функціонування бізнесу. Отже, дослідження методів удосконалення інформаційного забезпечення є ключовим елементом успіху в сучасному бізнесі, допомагаючи компаніям пристосовуватися до швидко змінюючогося ринкового середовища та забезпечувати стабільний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інформаційного забезпечення у свій час займалися такі вчені як І.В.Захарова, Л.Я. Філіпова, Ю.Г.Корнєв, О.М. Боженко та ін., проте недостатньо вивченою залишилась методика удосконалення інформаційного забезпечення за допомогою оптимізації управління товарними запасами.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних засад інформаційного забезпечення функціонування бізнесу та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт».

В роботі було поставлено та виконано такі завдання:

- з'ясувати поняття сутності інформації та її значення для бізнесу;
- описати загальну характеристику ключових елементів системи інформаційного забезпечення бізнесу;
- визначити методи бізнес-аналізу в контексті необхідного інформаційного забезпечення;
- здійснити опис загальної характеристики компанії та її середовища господарювання;

- виконати фінансово-економічний аналіз результатів діяльності ТОВ «Іппон-шифт»;
- провести оцінку стану інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт»;
- описати напрями удосконалення інформаційного забезпечення діяльності підприємства;
- обґрунтувати проект удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт»;
- оцінити результативність впровадження запропонованого проекту та провести оцінювання ризиків.

Об'єктом дослідження є система інформаційного забезпечення функціонування бізнесу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та прикладних аспектів формування процесів інформаційного забезпечення функціонування бізнесу.

Методи дослідження. В роботі застосовувались такі методи дослідження як аналіз наукової літератури, статей, порівняльний аналіз, аналіз і синтез, метод дедукції, спостереження, статистичний аналіз, фінансово-економічний аналіз, бізнес-модель Canvas за О.Остервальдером та І.Піньє, SWOT-аналіз, ABC-аналіз, XYZ-аналіз та інтегрований ABC-XYZ-аналіз.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Значущість отриманих результатів полягає в аналізі існуючої системи інформаційного забезпечення функціонування бізнесу та наданні методичних та практичних рекомендацій щодо його удосконалення. Описані методи дозволяють збільшити оборотність запасів, оптимізувати витрати компанії та як наслідок підвищити ефективність її функціонування та конкурентоспроможність.

Інформаційною базою дослідження є науково-навчальна література, монографії, наукові статті, офіційні державні джерела, статистична звітність, аналітичні звіти, результати обговорень зборів працівників ТОВ «Іппон-шифт».

Кваліфікаційна магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновку, переліку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

1.1 Сутність інформації та її значення для бізнесу

Функціонування бізнесу потребує постійного інформаційного забезпечення, що надає суб'єкту господарювання своєчасну, достовірну та повну внутрішню і зовнішню інформацію із заданою періодичністю [1, с.10, 11]. Інформаційне забезпечення є основою для функціонування бізнесу, зростання його прибутковості та конкурентоспроможності [2, с.50]. Метою інформаційного забезпечення є обґрунтування управлінських рішень і підвищення ефективності функціонування бізнесу загалом. Мета інформаційного забезпечення полягає у наданні підприємству необхідної якісної інформації на основі якої можна приймати найоптимальніші та ефективні управлінські рішення щодо оперативної діяльності підприємства та його розвитку у майбутньому.

Інформація є невід'ємною складовою функціонування бізнесу [3, с.36]. Термін "інформація" походить від латинського слова *informatio* яке перекладається як "роз'яснення, уявлення, виклад". Кожна наукова дисципліна чи сфера людської діяльності вкладає в це поняття свій зміст (економічна, технічна, статистична, медична та ін. інформація). Визначення поняття «інформація» у різних дисциплінах представлено у табл.1.1.

У сфері інформаційного забезпечення функціонування бізнесу важливе значення має використання терміну "інформація" саме з математичної теорії інформації та кібернетики, тобто "інформація" - це зменшення міри невизначеності знань суб'єкта про об'єкт. Іншими словами інформація - це зміст повідомлення про сукупність явищ і подій, що представляють інтерес для зацікавлених сторін та організацій і підлягають реєстрації та обробці.

Таблиця 1.1 - Визначення терміну «інформація»

Галузь знань	Визначення поняття «інформація»	Науковець, що сформував поняття
Математична теорія інформації та кібернетика	Інформація – це знята невизначеність	Американський інженер і математик Клод Шенон (1948р)
Кібернетико-семантична концепція	Інформація – це не просто результат відображення, вона є позначенням змісту, отриманого з зовнішнього світу	Американський вчений Норберт Вінер
Соціум	Наукова інформація – це логічна інформація, що одержується методами дослідно-раціонального пізнання об'єктивного світу у будь-якій сфері діяльності людей	Вчені А.І.Михайлов, А.І.Чорний, Р.С.Гіляревський

Джерело: розроблено автором на основі [4, с.17-20]

Основна функція інформації заключається в повідомленні суб'єкта про стан середовища, в якому відбувається його життєдіяльність та у зниженні ступеня невизначеності тієї чи іншої ситуації [5, с.8]. В умовах невизначеного середовища, яке постійно змінюється, ефективне функціонування бізнесу часто залежить від можливості розробки та впровадження інноваційних та обґрунтованих управлінських рішень, які здійснюються на основі отриманої інформації [6, с.102].

Поряд із поняттям інформація є такі синонімічні поняття як дані та знання. Дані (data) – це повідомлення про стан будь-якого об'єкта і представлене у форматі, зручному для аналізу та обробки [5, с.10]. Іншими словами можна сказати, що дані – це набір імперичних відомостей, або не оброблена і не узагальнена абстрактно-логічним мисленням людини інформація. Дані, що пройшли систематизацію, класифікацію та статистичну обробку перетворюються у інформацію. Іншими словами дані служать сировиною для створення наукової інформації [4, с.19]. У знаннях наукова інформація виражається в загальній і систематизованій формі і представлена у вигляді понять, оцінок, висновків і теорій, що дозволяє виявляти закономірності [4, с.19]. Особливо важливою здатністю інформаційного забезпечення функціонування бізнесу є здатність перетворювати дані у знання [7, с.88].

Інформація має якісні та кількісні характеристики. До якісних характеристик інформації відносяться:

1. Цінність або корисність. Полягає в здатності інформації сприяти досягненню мети, яка стоїть перед окремою особою чи організацією. Вартість точної інформації не має перевищувати вигоду від користування нею.
2. Точність. Інформація повинна бути без помилок або мати допустимий рівень її викривлення, який визначається характером завдань, що вирішує той, чи інший суб'єкт.
3. Достовірність. Властивість інформації відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю.
4. Повнота. Властивість інформації містити в собі необхідний мінімальний обсяг відомостей для прийняття правильного рішення.
5. Стислість. Інформація не повинна містити в собі непотрібних даних. Людина, яка приймає рішення, має швидко її сприймати.
6. Оперативність. Інформація повинна бути актуальною та базуватись на свіжих даних за умов змін зовнішнього чи внутрішнього середовища функціонування бізнесу.
7. Коректність. Інформація має однозначно сприймалась усіма її споживачами для того, щоб процес функціонування бізнесу був продуктивним [5, с.8].

Якість інформації напряду впливає на ефективність функціонування підприємства. Якісна інформація на рівні з матеріальними та іншими ресурсами є життєво необхідною для функціонування бізнесу.

До кількісних характеристик інформації відноситься її кількість, що вимірюється в бітах, байтах, кілобайтах, мегебайтах та ін. Кількість інформації - це міра, яка характеризує зменшення ступеня невизначеності ситуації після отримання певного повідомлення [5, с.8]. Роль інформації як окремого ресурсу діяльності роботи підприємства заключається не лише в його інформаційній підтримці, але і у використанні нових можливостей для розвитку та функціонування бізнесу [2, с.48].

Бізнес, який ефективніше та швидше збирає, опрацьовує і використовує інформацію про потенційні можливості свого зростання та збільшення прибутку має конкурентні переваги порівняно із іншими [8, с.397]. Інформація є стратегічним ресурсом, який сприяє ефективнішому використанню усіх інших ресурсів підприємства. Інформація є основною частиною інформаційного забезпечення.

Проаналізувавши наукові джерела можна сказати про відсутність єдиного підходу до визначення поняття «інформаційне забезпечення». Огляд існуючих джерел дає можливість виокремити декілька основних підходів:

1. Системний. Згідно цього підходу інформаційне забезпечення – це система, яка складається з таких елементів як інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення [9, с.19]. Дані елементи є взаємопов'язаними між собою та перетворюють вхідні інформаційні ресурси у потрібні систему інформаційного забезпечення [10, с.24]. Система інформаційного забезпечення функціонування бізнесу повинна вчасно і адекватно характеризувати поточний стан підприємства і його ринкове середовище і тому є необхідною для прийняття управлінських рішень. Їх якість і ефективність функціонування бізнесу в цілому напряму залежить від повноти та своєчасності отримання інформації. Для бізнесу є дуже важливим наявність системи інформаційного забезпечення, яка дає змогу збирати і обробляти внутрішню і зовнішню інформацію, що є основою для прийняття ефективних та обґрунтованих управлінських рішень.

2. Концептуальний. Згідно цього підходу інформаційне забезпечення – це процес необхідний для задоволення потреб суб'єкта в інформації, яка необхідна для обґрунтування та прийняття відповідних рішень щодо функціонування бізнесу [11, с.193]. Цей процес потребує чіткого визначення та налагодження системи інформаційного обміну між внутрішнім і зовнішнім середовищем функціонування бізнесу. За даного підходу щодо визначення інформаційного забезпечення потрібно визначити основні бізнес-процеси підприємства, що враховують особливості його функціонування [12, с.87].

3. Результативний. Згідно даного підходу інформаційне забезпечення це результат процесу збору, обробки, зберігання, аналізу та використання інформації

у процесі функціонування бізнесу. При цьому головна функція інформації – це створення системи показників, що дозволяють отримати повну і точну оцінку функціонування бізнесу [10, с.24]. Автор наукового джерела [13] вважає, що інформаційне забезпечення складається з сукупності системи показників:

- потоків інформації (можливостей забезпечення документообігу);
- систем кодування та класифікації інформації;
- інтегрованої системи документації;
- інформаційних масивів (файлів), що зберігаються на комп'ютерах з різним рівнем організації [13, с.143].

Підсумовуючи значення поняття «інформаційне забезпечення» за різних підходів до його визначення можна зробити узагальнення щодо його завдань, які підприємство повинно виконувати постійно і активно. Завдання інформаційного забезпечення функціонування бізнесу полягають у наступному [14, с.17]:

1. Постійний пошук потрібної інформації та створення власного інформаційного ресурсу.
2. Врахування якості інформації, яка знаходиться в зовнішньому інформаційному середовищі та її постійний аналіз.
3. Проведення якісної та об'єктивної діагностики діяльності підприємства.
4. Моніторинг іноваційних розробок у сфері інформаційних технологій та їх використання у бізнес-процесах функціонування бізнесу.
5. Ефективний захист власних інформаційних ресурсів та протидія негативному інформаційному впливу, підтримка власного іміджу на бажаному рівні.
6. Створення позитивного інформаційного впливу на цільовий ринок.

Ефективне інформаційне забезпечення надає підприємству можливість користування свіжою та якісною інформацією у зручному для прийняття рішень вигляді, що дозволяє обрати ефективну стратегію розвитку підприємства в умовах ринкового середовища, яке динамічно змінюється [15, с.1].

Система інформаційного забезпечення включає в себе пошук економічної інформації (збір та обробка зовнішньої та внутрішньої інформації), інформаційну безпеку (контроль якості інформації, її захист), та глибокий аналіз інформації (створення пропозицій, висновків) [16, с.88]. Система інформаційного забезпечення функціонування бізнесу виконує такі основні функції:

- 1) описову – забезпечує відповідних осіб необхідною зовнішньою і внутрішньою інформацією для формування загального уявлення про стан економічного середовища в якому функціонує бізнес;
- 2) аналітичну – забезпечує керівництво бізнесу потрібною аналітичною інформацією для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень;
- 3) прогностичну – забезпечує керівництво бізнесу для прогнозування змін ринку, розроблення стратегії та підвищення конкурентоспроможності бізнесу [17, с.25].

Для ефективного функціонування бізнесу потрібна як внутрішня (оперативна, планова) так і зовнішня інформація. Внутрішня інформація представлена у вигляді бухгалтерських, статистичних звітів, стратегії розвитку бізнесу, дані управлінського обліку, фінансової звітності, знання та вміння персоналу, база даних підприємства тощо. Внутрішня інформація – це інформація, яка в основному представлена системою бухгалтерського та управлінського обліку, аналізу та процесу контролю для забезпечення функціонування бізнесу. Достовірна та достатня внутрішня інформація дає можливість правильно оцінити економічне становище підприємства, вчасно виявити негативні тенденції функціонування бізнесу та ефективно відреагувати на них [12, с.87].

Зовнішня інформація дозволяє підприємству вчасно виявити загрози і ризики зовнішнього середовища, що дає можливість внести потрібні зміни у функціонування бізнесу та запобігти негативним наслідкам. Зовнішні інформаційні потоки та їх значення для функціонування бізнесу описано в табл.1.2.

Таблиця 1.2 - Зовнішні інформаційні потоки, що необхідні для функціонування бізнесу

Інформаційні потоки	Описова функція	Аналітична функція	Прогностична функція
Інформація про стан галузі	Кількість підприємств в галузі, розташування за регіонами	Характеристика галузі, економічна ситуація в регіоні, характер конкуренції, прибутковість, темпи зростання і спаду, потужність галузі, технічний рівень виробництва	Прогнозування розвитку галузі, ймовірність появи товарів-замінників
Інформація про споживачів	Характеристика споживача, його платоспроможність, вимоги споживача до товару (послуги)	Дослідження ринку (місткість ринку, ринковий сегмент і його прибутковість, доступ до каналів розподілу)	Тенденції зміни споживчого попиту, його платоспроможності
Інформація про конкурентів	Кількість конкурентів, характеристика їх товару (послуги)	Порівняння з конкурентами, аналіз сильних та слабких сторін, їх товарної і цінової політики, бар'єри для входу на ринок	Ймовірність появи нових конкурентів, забезпечення переваг своїх товарів (послуг)
Інформація про конкурентів	Кількість конкурентів, характеристика їх товару (послуги)	Порівняння з конкурентами, аналіз сильних та слабких сторін, їх товарної і цінової політики, бар'єри для входу на ринок	Ймовірність появи нових конкурентів, забезпечення переваг своїх товарів (послуг)
Інформація про постачальників	Кількість постачальників, їх характеристика	Вплив постачальників, умови постачання, якість товару (послуги), ціна	Прогнозування появи нових постачальників або зникнення існуючих
Інформація про державне регулювання	Закони України, нормативно-правові документи	Аналіз змін законодавства щодо функціонування бізнесу	Прогноз зміни законодавства у сфері функціонування бізнесу, оподаткування тощо

Джерело: розроблено автором на основі [17, с.26]

Сукупність внутрішньої та зовнішньої інформації є інформаційними ресурсами підприємства. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства направлене на створення його інформаційних ресурсів і відповідної системи

інформування керівництва та інших зацікавлених осіб про його стан [18, с.730]. Потік інформаційних ресурсів не має бути надмірним тому, що в такому разі ним стає складно управляти. Щоб запобігти цьому потрібна ефективна інформаційна система – комплекс пов’язаних між собою елементів, які приймають, накопичують, опрацьовують, зберігають та передають інформацію відповідальним особам для прийняття управлінських рішень [19, с.193].

Таким чином, інформаційне забезпечення функціонування бізнесу – це забезпечення всіх підрозділів підприємства необхідними даними, що отримані із зовнішніх та внутрішніх інформаційних потоків в результаті процесу обробки інформації за допомогою методів і засобів обробки інформації та технічного обладнання. Інформаційне забезпечення дозволяє оперативно вирішувати поточні питання функціонування бізнесу застосовуючи аналіз внутрішньої і зовнішньої інформації. Недостатнє або відсутнє інформаційне забезпечення може негативно вплинути на такі аспекти, як зменшення долі підприємства на ринку, погіршення його конкурентоспроможності, погіршення якості товарів чи послуг, зниження фінансових показників підприємства та погіршення функціонування бізнесу в цілому [20, с.1].

1.2 Загальна характеристика ключових елементів системи інформаційного забезпечення бізнесу

Ключові елементи інформаційного забезпечення і взаємозв’язок між ними представлено на рис.1.1.

Згідно п.1 Ст.10 Закону України «Про науково-технічну інформацію» інформаційні ресурси – це «сукупність довідково-інформаційних фондів з необхідним довідково-пошуковим апаратом і відповідними технічними засобами зберігання, обробки і передачі, що є у володінні, розпорядженні, користуванні державних органів і служб науково-технічної інформації, наукових і науково-

технічних бібліотек, комерційних центрів, підприємств, установ і організацій» [21, п.1 Стаття 10].

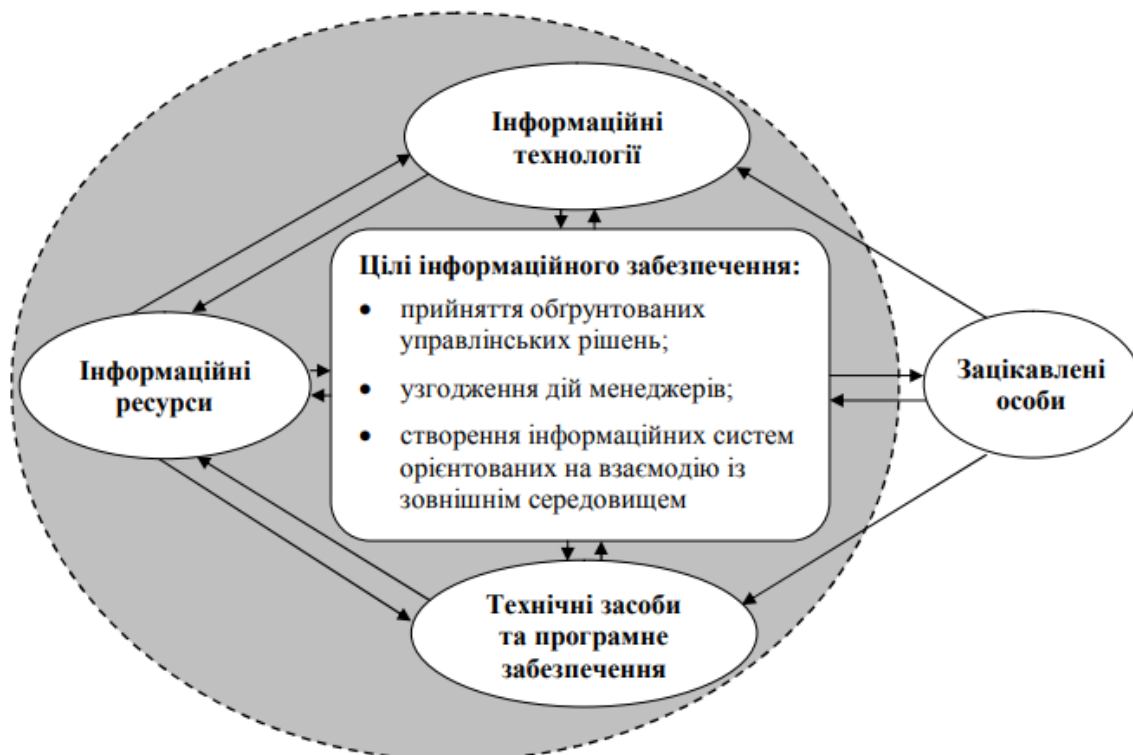


Рисунок 1.1- Ключові елементи інформаційного забезпечення

Джерело: розроблено автором на основі [9, с.20]

Таким чином розглянемо інформаційні ресурси як сукупність зовнішньої та внутрішньої інформації щодо середовища функціонування підприємства, а саме даних, відомостей, знань, що зберігаються в інформаційних системах, і яку підприємство використовує у своїй діяльності. Інформаційна система – це сукупність засобів збору, оброблення, зберігання та передачі інформації кінцевим споживачам [22, с.74]. Прикладом інформаційних систем є електронні та паперові бібліотеки, архіви, бази даних щодо. Схематичне зображення інформаційних ресурсів представлено на рис.1.2. Особливість інформаційних ресурсів заключається в тому, що під час користування ними їх кількість не зменшується, а навпаки, зростає. Невчасне їх використання може призвести до їх знецінення. Тому часові рамки отримання та застосування інформації є важливим аспектом. Для того, щоб зберегти та примножити свої позиції на ринку в умовах зовнішнього

середовища, що динамічно змінюється підприємство має забезпечити постійний моніторинг та оновлення своїх інформаційних ресурсів.

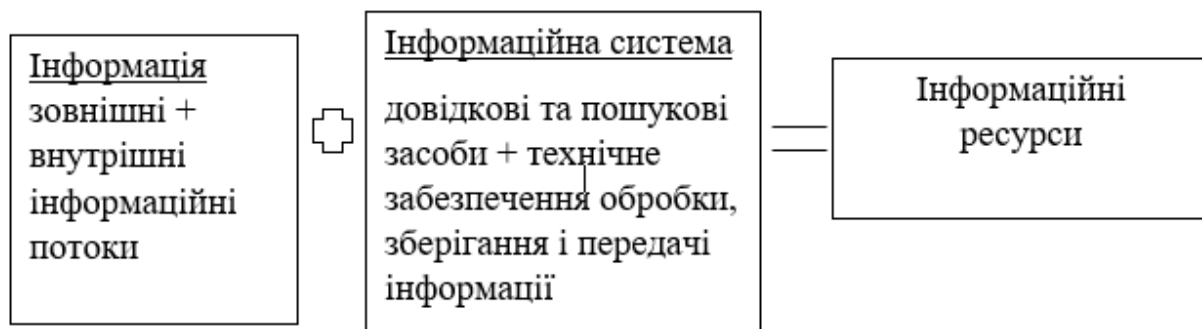


Рисунок 1.2 - Складові інформаційних ресурсів

Джерело: розроблено автором на основі [18, с.723]

Зазвичай, результати аналітичної обробки даних подаються у вигляді звітів та первинних документів у електронній та паперовій формах. Завдяки сучасним технологіям стало можливим ввід та обробка даних використовуючи автоматизовану систему, а саме таких інструментів як смарт-таблиці в Microsoft Excel, автоматична вигразка даних та первинних документів із однієї програми в іншу, сканування та розпізнавання даних в первинних документах та ін.

Існує декілька варіантів класифікації інформаційних ресурсів. За напрямком отримання інформації про середовище функціонування підприємства вони поділяються на (рис.1.3):

- зовнішні;
- внутрішні.

За способом отримання інформаційних ресурсів (рис.1.4):

- власні;
- отримані із засобів масової інформації;
- придбані.

Інформаційні ресурси за типом зберігання поділяються на (рис.1.5):

- документовані;
- не документовані.

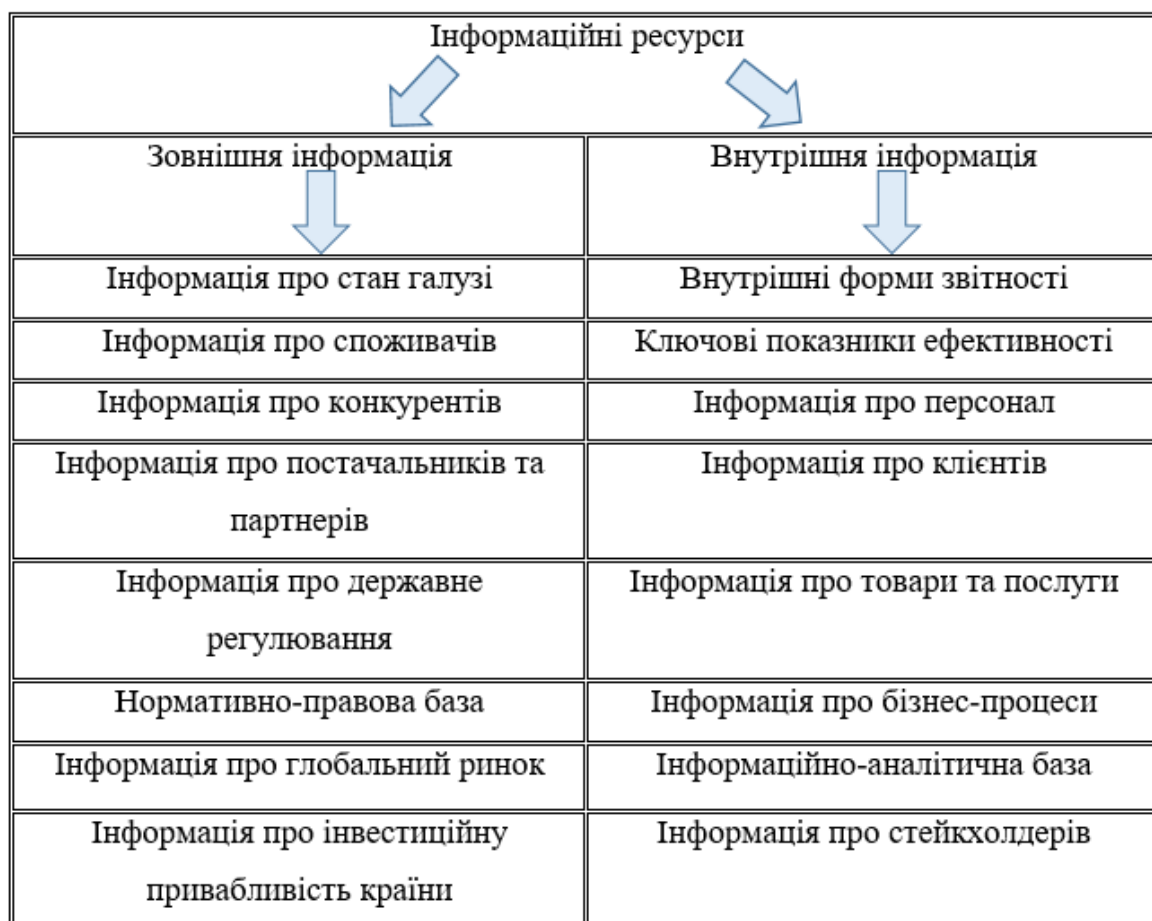


Рисунок 1.3 - Класифікація інформаційних ресурсів підприємства за напрямком отримання інформації

Джерело: розроблено автором

За значущістю вони поділяються на:

- стратегічні, тобто такі які є надважливими для функціонування бізнесу, впливають на конкурентну боротьбу і робить компанію більш конкурентоспроможною. У більшості випадків такі інформаційні ресурси є секретними і становлять комерційну таємницю. При їх потраплянні до конкурентів підприємство може зазнати непоправної шкоди;

- операційні, тобто такі які підприємство використовує у щоденній роботі і є аналогічними на інших підприємствах (довідкова і нормативна документація тощо).

Наступною складовою інформаційного забезпечення функціонування бізнесу є інформаційні технології. На думку наукового джерела [16, с.20] інформаційні технології це сукупність засобів і методів збору, обліку, обробки,

зберігання і передачі користувачам необхідної інформації з використанням комп'ютерної техніки.

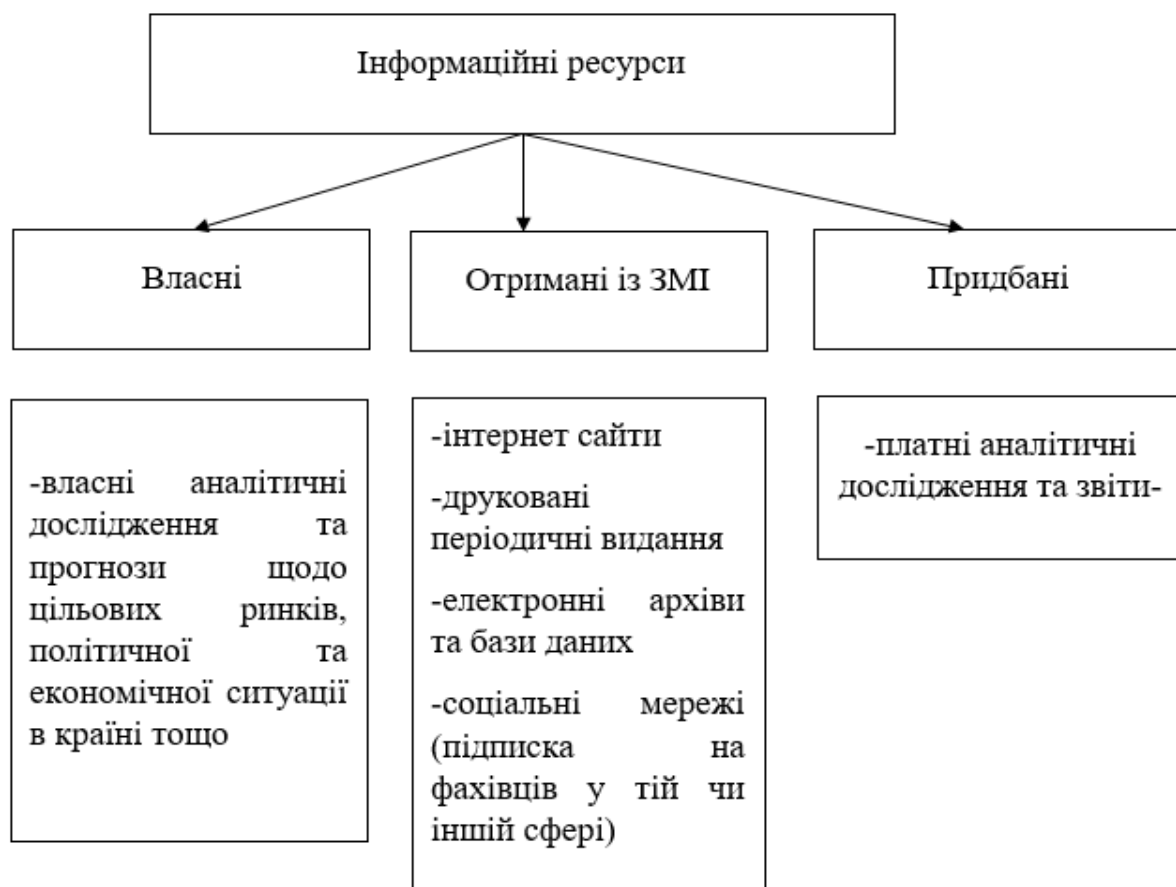


Рисунок 1.4 Класифікація інформаційних ресурсів за способом їх отримання

Джерело: розроблено автором

Застосування сучасних інформаційних технологій дає можливість найефективніше прогнозувати, аналізувати та реалізовувати управлінські рішення і таким чином підвищувати ефективність функціонування бізнесу.

Мета використання інформаційних технологій в діяльності підприємства [23, с.1]:

- 1) оперативна та ефективна комп'ютерна обробка інформаційних ресурсів та забезпечення ними усіх ланок діяльності підприємства;
- 2) зберігання великих об'ємів економічно важливої інформації та швидка передачі її у будь-яку точку світу;
- 3) оптимізація бізнес-процесів в діяльності підприємства.

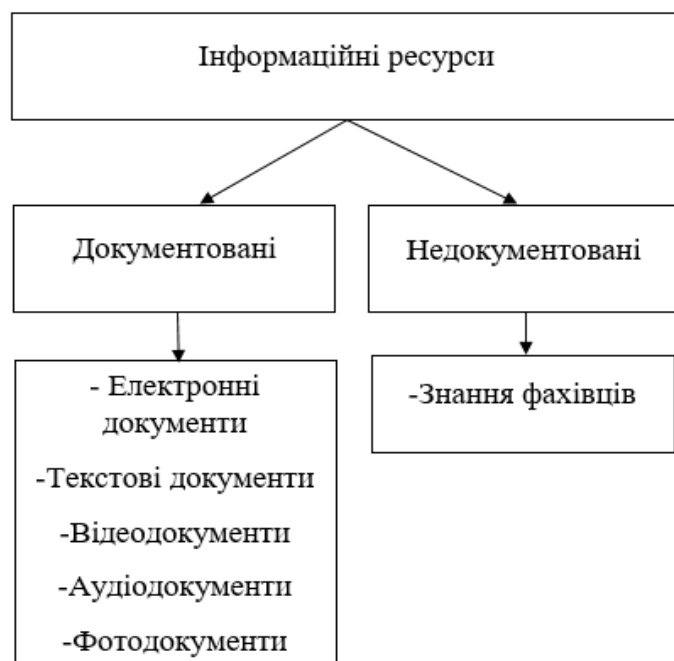


Рисунок 1.5 - Класифікація інформаційних ресурсів за типом зберігання

Джерело: розроблено автором

Для того, щоб діяльність підприємства була ефективною інформаційні технології повинні забезпечити: об'єктивний та точний облік в інформаційних системах всіх аспектів господарської діяльності підприємства, відбір оптимального об'єму потрібної інформації із величезного обсягу зовнішніх та внутрішніх інформаційних потоків, раціоналізація ключових показників ефективності [15, с.4].

Використання інформаційних технологій в діяльності підприємства забезпечуватиме постійний контроль за станом і рухом товарно-матеріальних, фінансових та інших ресурсів на підприємстві, отримання оперативної інформації про результати діяльності підприємства в будь-який момент часу, оперативне складання аналітичних документів, прогнозів і бізнес-планів підприємства, зростання ефективності прийняття управлінських рішень [24, с.1].

На підприємствах інформаційні технології використовуються у вигляді різних автоматизованих інформаційних систем і програмного забезпечення в різних сегментах системи управління. Інформаційні системи є середовищем функціонування інформаційних технологій [25, с.155]. У табл.1.3 приведено найпопулярніші інформаційні системи та їх характеристики.

Таблиця 1.3 - Інформаційні системи та їх характеристики

Назва	Переклад	Основні функції	Сфера застосування
MRP	Material Resource Planning (Планування необхідних матеріалів)	Оптимізація виробничої діяльності, раціональне використання матеріалів та запасів. Потужність виробництва розглядається як необмежена.	Виробничі підприємства
CRP	Capacity Requirements Planning (планування необхідних потужностей)	Узгодження потреби в запасах та матеріалах з можливостями виробництва	Виробничі підприємства
MRP II	Manufacturing Resource Planning (Планування необхідних матеріалів)	Поєднання MRP та CRP, підвищення ефективності діяльності підприємства	Виробничі підприємства
FRP	Finance Requirements Planning (Планування фінансових ресурсів)	Робота з фінансовими даними для вирішення управлінських задач	Великі корпорації
ERP	Enterprise Resource Planning (Управління ресурсами підприємства)	Поєднання MRP II та FRP. Оптимізація усіх бізнес-процесів, зростання економічної безпеки підприємства	Великі корпорації
SCM	Supply Chain Management (управління ланцюгом поставок)	Об'єднання постачальників та замовників у спільну мережу обробки даних; охоплює весь цикл від закупівлі сировини до збуту продукції	Виробничі/торгівельні підприємства
CRM	Customer Relationship Management (управління взаємовідносинами з клієнтами)	Підхід в управлінні підприємством, що орієнтований на клієнта; персоналізація у відносинах з клієнтами; зростання продажів	Торгові підприємства

Джерело: розроблено автором на основі [9, 23, 24, 25]

Для користування інформаційними технологіями підприємство повинно мати технічні засоби та програмне забезпечення. Технічні засоби поділяються на такі класи:

1. Засоби збору, обробки та реєстрації інформації. До них відносяться персональні комп'ютери для введення та запису інформації на машинний пристрій. При вводі інформації може застосовуватись контроль відповідності значень.
2. Пристрої вводу та виводу даних. До них відносяться сканери, що використовуються для автоматичного зчитування інформації та перетворення графічних символів у текст; принтери, монітори, клавіатури, миші.

3. Мережеве обладнання та канали зв'язку. Прикладом є роутери, маршрутизатори та ін.

4. Засоби зберігання даних. До них відносяться бази даних на серверах або локальних персональних комп'ютерах, внутрішні та зовнішні жорсткі диски та ін.

Програмне забезпечення – сукупність програм системи обробки даних та інструкцій до них, які підприємство використовує в своїй діяльності [26]. Програмне забезпечення включає:

1. Системні програмні продукти, що забезпечують роботу комп'ютерів та їх мереж а також інших програм (операційні системи, антивірусні програми, діагностичні та текстові програми).

2. Спеціальні програмні продукти, що створені для конкретної автоматичної інформаційної системи.

3. Пакети прикладних програм для вирішення функціональних задач в кожній сфері діяльності підприємства. До них відносяться: системи створення текстових документів, системи обробки фінансово-економічних даних та ін.

4. Інструкції з налагодження і користування програмним забезпеченням, а також технічна документація і інструментарій технології програмування.

За масштабністю використання програмне забезпечення можна поділити на три групи:

1. Програмне забезпечення, яке розробляється на замовлення під специфічні вимоги конкретного підприємства. Недоліками такого підходу є значні часові та фінансові витрати, залежність підприємства від обмеженого кола програмістів, які розробляють дане програмне забезпечення. Перевагою є те, що власна розробка враховує всі особливості функціонування конкретного підприємства.

2. Програмне забезпечення для великих організацій і корпорацій.

Таке ПЗ зазвичай об'єднує всі структурні підрозділи підприємства в єдину систему починаючи з замовлення клієнта та виробництва продукту до відвантаження готового продукту клієнту. Це інформаційні системи із

стандартними методологіями MRP, MRP II та ERP. Такі системи представлені таким програмним забезпеченням як SAP/R3, Oracle Application та ін. Недоліком використання такого ПЗ є його висока вартість, тому ним користуються як правило великі корпорації і організації.

3. Програмне забезпечення масового використання. До нього відносяться як електронні таблиці у Microsoft Excel так і програмне забезпечення таке як «BAS», «Парус», «БЕСТ» та ін. Перевагою такого рішення є доступність та невисока вартість впровадження ПЗ, особливо якщо брати до уваги піратські копії. Недоліком є низька можливість інтеграції з іншими системами.

Загалом інформаційні технології мають значний вплив на підвищення ефективності діяльності підприємства. Вони дозволяють автоматизувати багато рутинних операцій, що зменшує час і зусилля, необхідні для виконання їх вручну. Електронна пошта, відеоконференції, спільні онлайн-платформи дозволяють працівникам спілкуватися і співпрацювати незалежно від їх місця знаходження. Інтернет і соціальні мережі надають підприємству привернути нових клієнтів і збільшити свою аудиторію без значних витрат на маркетинг. Системи управління даними дозволяють збирати, аналізувати та використовувати дані для прийняття стратегічних рішень, таких як оптимізація запасів, прогнозування попиту, аналіз конкурентної ситуації тощо.

1.3 Методи бізнес-аналізу в контексті необхідного інформаційного забезпечення

Бізнес-аналіз підприємства – це комплексне дослідження його діяльності, яке дозволяє дати їй об'єктивну оцінку і виявити недоліки в його роботі. Бізнес-аналіз є складовою частиною поняття «бізнес-аналітика», яка означає процес аналізу інформації для прийняття відповідних бізнес-рішень (рис.1.6). Найчастіше бізнес-аналіз виконується з метою визначення комплексу рішень для задоволення

бізнес-потреб або вирішення бізнес-проблем. Основним завданням бізнес-аналізу є збір і дослідження неструктурованої інформації про очікуванні потреби замовника для того, щоб отримати детальні структуровані і узгоджені вимоги до бізнес-рішення, що розробляється [27, с. 4].



Рисунок 1.6 – Схематичне зображення поняття «Бізнес-аналітика»

Джерело: розроблено автором на основі [27, с.3]

Вимоги –це узгоджені бачення у замовника і виконавця щодо необхідних змін для підприємства, які допомагають досягти бажаних стратегічних цілей. Ці зміни можуть включати зміни в стратегії, процесах, політиці та інформаційних системах. Тобто метою бізнес-аналітики є виявлення проблем бізнесу, знаходження найбільш ефективного рішення та узгодження цього рішення між бізнесом та роботою розробників. Фахівці, що виконують ці завдання, використовуючи методи бізнес-аналізу, називаються бізнес-аналітиками.

Для вирішення задач бізнес-аналізу фахівці використовують різноманітні методи. Причому для вирішення однієї задачі можуть використовуватись декілька методів одночасно. Розглянемо основні аналітичні методи бізнес-аналізу в табл.1.4.

Таблиця 1.4. - Методи бізнес-аналізу

Метод	Опис
SWOT-аналіз	Визначення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства. Внутрішній стан підприємства оцінюється за допомогою визначення його Сильних (Strengths) та Слабких (Weaknesses) сторін. Вплив зовнішнього середовища можна проаналізувати завдяки визначенню Можливостей (Opportunities) і Загроз (Threats) [28].
Причини-наслідки (діаграма Ішікави)	Графічний спосіб дослідження та визначення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між чинниками (факторами) та наслідками у досліджуваній ситуації чи проблемі [29, с. 299]. Використовується для аналізу дії можливих факторів і позначення найважливіших причин, дія яких призводить до певних результатів.
«П'ять запитань»	Основою цього аналітичного інструменту для вивчення причинно-наслідкових зв'язків є використання питань. Кожне наступне питання формується виходячи із відповіді на попереднє питання. Зазвичай для того, щоб виявити проблему достатньо п'яти питань «Чому?» [30].
ABC-XYZ	Даний інструмент дозволяє провести класифікацію ресурсів, клієнтів, товарів чи послуг по групах або номенклатурі за ступенем їх прибутковості або важливості і сформулювати відповідну тактику роботи з ними, приділяючи найбільшу увагу найприбутковішим групам. В основі цього методу лежить принцип Парето, який говорить про те, що 20% клієнтів або товарів приносять 80% прибутку. Це є метод раціоналізації та оптимізації ресурсів та дозволяє направити основні зусилля та ресурси на те, що для компанії найважливіше [31, с. 599].
Мозковий штурм	Метод полягає у генеруванні нових творчих ідей які слугуватимуть для подальшого аналізу з метою вирішення конкретної проблеми. Метод потребує чітко визначеної теми для обговорень, окреслення очікувань від обговорень та часових рамок для цього, залучення фахівців в обговорюваному питанні. В процесі мозкового штурму усі учасники пропонують ідеї, які не обговорюються, не підлягають критиці та записуються. На основі цих ідей інші учасники вигадувати та будувати інші ідеї [32, с.36].
Аналіз на основі КРІ показників	Фінансова та нефінансова система оцінювання, яка дозволяє підприємству визначити ступінь досягнення стратегічних цілей [27, с 39]. Аналіз дає можливість зрозуміти на скільки фактичні показники діяльності підприємства або конкретного співробітника відхиляються від планових, розуміти і контролювати функціонування підприємства.
Аналіз бізнес-логіки процесу	Аналіз системи залежностей та зв'язків елементів бізнес-даних та правил їх обробки у відповідності до особливостей бізнес-процесу [33, с.221].
Функціонально-вартісний аналіз	Метод, що полягає у комплексному техніко-економічному дослідженні об'єкта для того, щоб покращити його корисні функції за оптимального співвідношення їх значущості для споживача та витрат для їх здійснення [34, с.120].

Джерело: розроблено автором на основі [27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34]

В цілому, бізнес-аналіз допомагає бізнесам зрозуміти своє оточення, виявити можливості для розвитку та вдосконалення, а також приймати обґрунтовані рішення, що сприяють досягненню їх стратегічних цілей.

Загалом, можна зробити наступні висновки.

1. Інформація є надзвичайно важливою для функціонування будь-якого бізнесу. За допомогою інформації у вигляді фінансових, аналітичних звітів, відгуків клієнтів компанія може відстежувати свою продуктивність, ефективність і результативність. Керівництво компанії за допомогою інформації має можливість приймати обґрунтовані рішення на різних рівнях, від стратегічного до оперативного. Наприклад, аналіз ринку може вказати на нові можливості для розвитку або на конкурентні загрози, що дозволяє компанії планувати свої дії. Інформація про нові технології, тренди на ринку та конкурентні переваги може сприяти розвитку нових продуктів, послуг або підходів, що дозволяє бізнесу залишатися конкурентоспроможним. Знання про стан ресурсів (людських, фінансових, матеріальних) дозволяє ефективно управляти ними. Наприклад, знання про те, скільки і яких саме товарів продається за певний проміжок часу, допомагає уникнути надмірного або недостатнього запасів.

2. Залежно від галузі знань існує декілька визначень поняття інформація. В економіці найчастіше використовується визначення із математичної теорії інформації та кібернетики, тобто «інформація» - це зменшення міри невизначеності знань суб'єкта про об'єкт. Основна функція інформації полягає в тому, щоб перетворити дані на корисну, зрозумілу та використовувану інформацію для підтримки рішень та дій. Дані та знання є двома важливими концепціями в інформаційній науці, але вони мають різне значення та суть. Основна відмінність між даними та знанням полягає в тому, що дані є просто необробленим матеріалом без контекста, тоді як знання є вже організованою, інтерпретованою та зрозумілою інформацією, яка має значення та може бути використана для прийняття рішень або розуміння ситуації. Інформація має такі якісні характеристики як цінність, точність, достовірність, повнота, стислість, оперативність та коректність. Кількісною характеристикою інформації є міра виміру, а саме байти, кілобайти та ін.

3. Існує декілька підходів до визначення поняття «інформаційне забезпечення», а саме: системний, концептуальний та результативний. Системний

підхід розглядає інформаційне забезпечення як систему, концептуальний – як процес, а результативний – як результат.

4. Інформаційні ресурси підприємства за джерелом надходження поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх інформаційних ресурсів належить внутрішня документація, бази даних, знання та вміння персоналу. До зовнішніх – інформація про стан галузі, споживачів, конкурентів, постачальників, державне регулювання та ін. Інформаційних ресурсів також поділяються: за способом отримання - на власні, отримані із засобів масової інформації та придбані; за способом зберігання - на документовані та не документовані, за значущістю – на стратегічні та операційні.

5. Ключовими елементами інформаційного забезпечення є інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення та зацікавлені особи, що взаємопов'язані між собою та працюють з метою досягнення цілей функціонування бізнесу.

6. Інформаційні технології - це методи та засоби збору, обробки та передачі інформації за допомогою комп'ютерної техніки. Прикладом є автоматизовані інформаційні системи і програмне забезпечення.

7. Для комплексного дослідження підприємства використовується бізнес-аналіз, що означає процес аналізу інформації для прийняття відповідних бізнес-рішень. Бізнес-аналіз разом із поняттям бізнес-інтелігенс, що означає процес перетворення інформації із даних у знання за допомогою програмного забезпечення, створюють поняття бізнес-аналітика. Методами бізнес-аналізу є: SWOT-аналіз, діаграма Ішікави, ABC-XYZ-аналіз, метод «п'яти запитань», мозковий штурм, аналіз на основі KPI показників, аналіз бізнес-логіки процесу, функціонально-вартісний аналіз та ін. Усі перераховані вище методи бізнес-аналізу використовуються для розуміння потреб, проблем і можливостей у бізнес-середовищі та для прийняття обґрунтованих рішень на основі цієї інформації.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ТОВ «ІППОН-ШИФТ»

2.1 Загальна характеристика компанії та середовища її господарювання

Назва організації: Товариство з обмеженою відповідальністю «Іппон-шифт». Місце розташування: м.Київ, вул.Волинська, 48/50.

За організаційно-правовим видом діяльності та формою власності— Товариство з обмеженою відповідальністю. Кінцевими бенефеціарними власниками є дві фізичні особи, які у рівній мірі володіють компанією (рис.2.1).

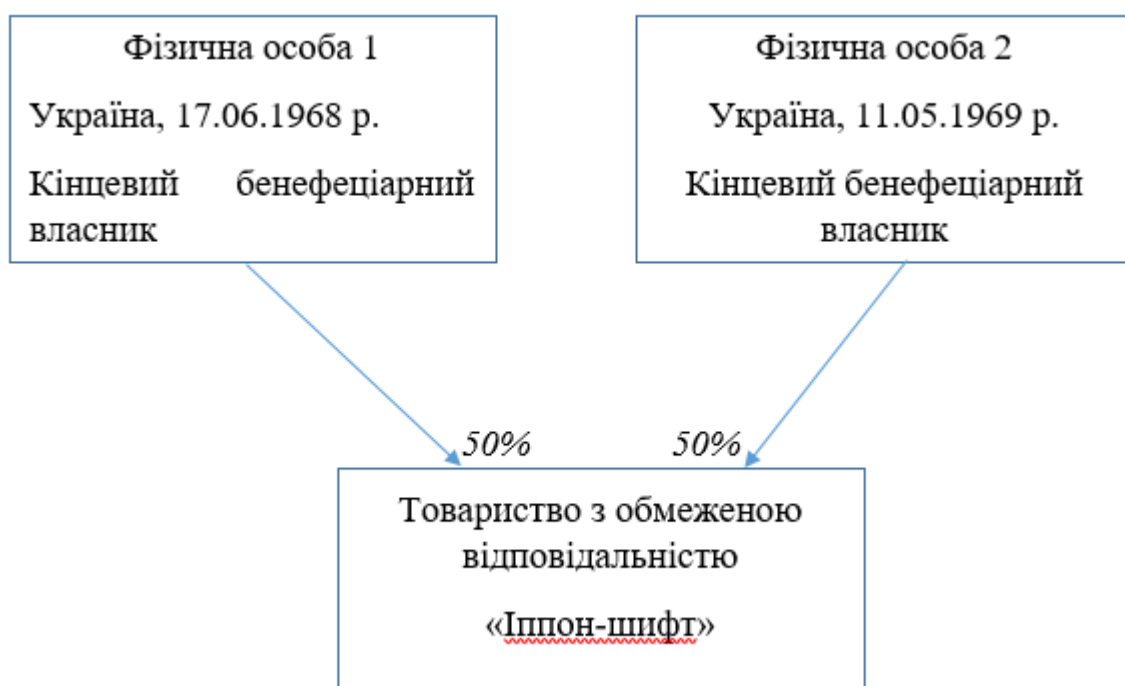


Рисунок 2.1 – Структура прав власності ТОВ «Іппон-шифт»

Джерело: сформовано автором

Компанія працює в сфері оптової торгівлі товарами для спорту і близько 10 років є офіційним дистриб'ютором торгової марки Jako AG (Німеччина) в Україні. Асортимент товару складається з спортивного одягу та взуття для професійних

видів спорту, футболу, велоспорту та спортивних товарів для любителів спорту. Товариство відноситься до суб'єктів мікропідприємництва тому, що річний дохід Товариства не перевищує 2 мільйони Євро за середньорічним курсом НБУ (за 2022р. – 8 731,8 тис.грн <) [35].

Яко AG — німецька промислова компанія, що спеціалізується на випуску спортивного екіпірування (одяг, взуття, аксесуари) та інвентарю. Яко AG заснована 1 листопада 1989 року Руді Шпрюгелем (нім. Rudi Sprügel) працює в більш ніж 40 країнах. Головна будівля компанії знаходиться в окрузі Голленбах комуни Мульфінген землі Баден-Вюртемберг на південному заході Німеччини.

Компанія Яко співпрацює з рядом футбольних клубів у різних країнах світу. В Азії це футбольні клуби Іраку, Іорданії, Лівану, Саудівської Аравії, Бахрейну, Катару, ОАЕ, Катару і Узбекистану. Найбільша кількість футбольних клубів, що співпрацюють із компанією Яко знаходяться в Європі. Це клуби із Австрії, Бельгії, Болгарії, Хорватії, Кіпру, Чехії, Латвії, Нідерландів, Сербії, Словачії, Швейцарії та України. Станом на січень 2018 року бренд Яко спонсорував національні збірні по футболу таких країн як Ірак, Йемен, Північна Македонія, Молдова, Оман, Палестина, Сирія, Туркменістан. Компанія Яко екіпірує декілька футбольних клубів Австралії.

Екіпірування для футболістів та інші види спортивного одягу від Яко мають такі характеристики як якість, зносостійкість та практичність. Регулярно кілька разів на рік випускаються колекції і лінійки одягу, взуття та аксесуарів для активного способу життя, тренувань і відпочинку на природі для чоловіків, жінок та дітей. Також є продукція для повсякденного носіння в стилі Casual.

Місія Товариства - забезпечення професійних спортсменів та любителів спорту зручною і ефектною спортивною формою та аксесуарами. Для досягнення цього команда професіоналів – директор та працівники компанії працюють пліч-о-пліч багато років, використовуючи свій досвід та матеріальні засоби. Директор Товариства не просто людина, яка виконує обов'язки із керівництва організацією, а людина яка любить спорт і регулярно відвідує спортивні майданчики, спортивні заходи, футбольні матчі. Завдяки цьому директор має величезну базу знань для

того, щоб запропонувати рішення із формою для будь-якої футбольної команди. Уся команда працівників має спортивний одяг лінійки Casual який можна носити не тільки під час занять спортом а і як офісний одяг. Знаючи про марку Jako не від сторонніх осіб а безпосередньо використовуючи її товари у повсякденному житті, команда знає як і що запропонувати клієнту як професійним футболістам, так і звичайним любителям. Тобто місія Товариства – збільшення кількості людей, що отримують задоволення від спорту через забезпечення їх якісним, зручним та ефектним одягом. На рис.2.2 схематично зображено склад та ієрархія компонентів організаційної структури ТОВ «Іппон-шифт».



Рисунок 2.2 - Склад та ієрархія компонентів організаційної структури Товариства

Джерело: сформовано автором

Товариство працює в галузі оптової торгівлі одягом і взуттям за КВЕД-2010: 46.42, в підгалузі оптова торгівля спортивним одягом і взуттям. Значення продукції для суспільства полягає в тому що вона забезпечує сегмент ринку, який пов'язаний

із спортом та українських спортсменів необхідними спортивними товарами для професійних змагань і сприяємо розвитку культури та спорту України.

Галузь є досить прибутковою тому, що за даними Державної служби статистики України за 2021р. рентабельність операційної діяльності підприємств не була нижче ніж 24,5% , а рентабельність усієї діяльності підприємств – не нижче 16,9%. Відповідні дані представлені у табл.2.1. Звіти про фінансові результати ТОВ «Іппон-шифт» за 2017-2022рр. містяться у додатку А.

Таблиця 2.1 – Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств за КВЕД-2010:46:42 з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2017-2021 роки.

№ з/п	Назва показника	2017	2018	2019	2020	2021
1	Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств, відсотків					
2	великі підприємства	-	-	-	-	-
3	середні підприємства	37,0	81,6	102,1	-7,7	24,7
4	малі підприємства	17,8	30,3	26,6	2,7	26,5
5	з них, мікро підприємства	14,8	17,3	27,9	-5,8	24,5
3	Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств, відсотків					
7	великі підприємства	-	-	-	-	-
8	середні підприємства	33,4	76,7	81,2	-8,8	20,7
9	малі підприємства	8,9	21,0	22,0	-4,0	18,6
10	з них, мікро підприємства	1,5	12,7	25,5	-11,3	16,9
11	Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності ТОВ «Іппон-шифт», відсотків	1,13	5,1	3,67	2,07	4,66
12	Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності ТОВ «Іппон-шифт», відсотків	0,93	4,18	3,01	1,7	3,82
1. Без урахування результатів діяльності бюджетних установ, банків, а також за 2014-2021 роки без тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях. 2. Інформація за 2021 рік сформована з урахуванням даних ініціативно поданих звітів підприємств. 3. Рівень рентабельності операційної діяльності розрахований як відношення фінансового результату від операційної діяльності до витрат операційної діяльності підприємств. Рівень рентабельності всієї діяльності розрахований як відношення чистого прибутку (збитку) до всіх витрат діяльності підприємств.						

Згідно даних Державної служби статистики України, а саме звіту про обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2021 роках можна зробити висновок, що обсяги реалізованих товарів за КВЕД-2010: 46:42 з 2017р (9 266 880,7 тис.грн) по 2021р (14 839 639,1 тис.грн) суттєво зросли (табл.2.2). Також зросли обсяги реалізованих товарів у ТОВ «Іппон-шифт» з 2017р (8 298,57 тис.грн) по 2021р (13 480,45 тис.грн).

Обсяг оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі за КВЕД-2010: 46:42 у 2021р. склав 6455413,3 тис.грн., що складає 0,2% від загального обсягу оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі в 3153187317,6 тис.грн. [36].

Обсяг оптового товарообороту спортивних товарів у 2021р. склав 2652186,6 тис.грн що складає 0,1% від загального обсягу оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі в 3153187317,6 тис.грн. [36].

Таблиця 2.2 – Співвідношення обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) в Україні в цілому, за КВЕД-2010:46:42 та по ТОВ «Іппон-шифт» у 2017-2021рр.

№ з/п	Назва показника	2017	2018	2019	2020	2021
1	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в Україні в цілому, мільярдів грн*	8 312,00	9 967,00	10 524,00	11 062,00	14 990,00
2	Обсяг реалізованої продукції за КВЕД-2010:46:42, мільйонів грн	9 267,00	9 983,00	11 098,00	10 407,00	14 840,00
3	Обсяг реалізованої продукції ТОВ «Іппон-шифт», тис.грн	8 299,00	7 198,00	9 217,00	9 666,00	13 480,00
*1. Без урахування результатів діяльності бюджетних установ, банків, а також за 2014-2021 роки без тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.						

Джерело: сформовано автором на основі [36, Додаток А]

У структурі ринку переважає імпорт, який є ключовим драйвером розвитку. Основними гравцями є міжнародні і популярні бренди. Тому через переважаність ринку імпортою продукцією багато напрямків українських виробників все ще залишаються закритими. Експорт виражений слабо і істотного впливу на формування вітчизняного ринку не має. Закордонними постачальниками спортивної футбольної форми на українському ринку загалом є: Nike (США), Adidas (Німеччина), New Balance (США), Mizuno (Японія), Jako (Німеччина), Puma (Німеччина), Joma (Іспанія), Errea (Італія), Legea (Італія), Kelme (Іспанія), Hummel (Данія), Lotto (Італія). Вітчизняними постачальниками є K-Sector, Rigo, Shark, Swift. Лідерами галузі являються Nike та Adidas.

Ринок на якому працює Товариство за характером конкуренції є ринком монополістичної конкуренції. В країні практично немає власного виробництва спортивних товарів. Таким чином, виробництво спортивних товарів - загалом вільна ніша, але не дуже приваблива з боку отримання прибутку.

Географічна сегментація ринку обумовлюється картою розташуванням футбольних клубів по території України. Всього на ринку є 92 футбольні команди, що виступають у Прем'єр-лізі, Першій лізі, Другій Лізі, Чемпіонаті України серед аматорів 2021—2022. Найбільше команд знаходиться в Києві та області, серед яких найбільші «Динамо», «Оболонь», АФСК «Київ», «Лівий берег». Також кожен обласний центр представляють по декілька команд.

Товариство «Іппон-шифт» забезпечує спортивним одягом бренду Jako такі українські футбольні команди Першої ліги як «Нива», «Оболонь», «Гірник Спорт». Розподілення футбольних команд та їх спонсорів представлено на рис.2.3.

Покупців на ринку спортивних товарів можна розділити на два сегменти. Перший – професійні спортсмени, які не дуже чутливі до зміни ціни, адже віддають перевагу якості, і другий сегмент – люди, які ведуть активний спосіб життя, для яких є важливе співвідношення ціна/якість. Диференційованість продукції представлена рядом товарів для спорту: тренувальні куртки та зимові куртки, тренувальні штани, реглани, водолазки, взуття, гетри, шкарпетки, майки, футболки, рюкзаки та інші.



Рисунок 2.3 – Екіпування клубів першої футбольної ліги України

Джерело: сформовано автором на основі [37]

Товар користується попитом цілий рік як серед професійних спортсменів так і серед звичайних людей що ведуть активний спосіб життя, але пік ділової активності на ринку спостерігається восени і навесні.

2.2 Фінансово-економічний аналіз результатів діяльності ТОВ «Іппон-шифт»

Дослідження роботи компанії оптової і роздрібної торгівлі доцільно проводити враховуючи особливості даної сфери діяльності, а саме [38, с.118]:

1) порівняно з іншими видами діяльності відносно висока оборотність вкладених оборотних коштів, що дає можливість доволі швидко отримувати доходи і прибуток;

2) ведення торгівельного бізнесу в більшості випадків не вимагає використання складного обладнання та техніки, спеціальних навичок та знань;

3) правильна організація взаємовідносин з кінцевим покупцем безпосередньо впливає на ділову репутацію та імідж торгової компанії тому є дуже важливою в даній сфері діяльності;

4) часті зміни споживчих потреб і вподобань потребують постійного проведення маркетингових досліджень, впровадження інновацій, оновлення номенклатури та асортименту товарів.

Проаналізуємо прибутковість діяльності ТОВ «Іппон-шифт» визначивши показники рентабельності за 2020-2022рр. Результати представимо у табл.2.3. Показники рентабельності на протязі аналізованого періоду були не стабільні. Рентабельність активів і рентабельність власного капіталу найбільше значення мали у 2021р. тому, що в цьому періоду прибуток до оподаткування був найбільший порівняно із іншими роками при відносно однакових величинах активів і власного капіталу. Спостерігається позитивна динаміка показників рентабельності виробничих фондів, рентабельності продукції і рентабельності продажів за останні роки.

Таблиця 2.3 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «Іппон-шифт» у 2020-2022рр.

Показник	Значення за		
	2020 рік	2021 рік	2022 рік
1. Рентабельність активів, відсотків	3,3	7,7	3,0
2. Рентабельність власного капіталу, відсотків	3,8	7,4	2,6
3. Рентабельність виробничих фондів, відсотків	32,0	24,1	28,0
4. Рентабельність продукції, відсотків	18,5	10,7	23,3
5. Рентабельність продажу, відсотків	15,6	9,7	18,9

Джерело: сформовано автором на основі [39, Додаток А]

Проведемо горизонтальний і вертикальний аналіз оборотних активів у розрізі їх основних компонентів та аналізуючи їх структуру. Результати представимо у табл. 2.4. Як видно з таблиці, протягом 2020-2022рр. спостерігається позитивна динаміка обсягу оборотних активів. Структура сукупних активів товариства майже повністю складається із оборотних активів, а саме 99,49% - у

2020р., 99,54% - у 2021р., 99,44% - у 2022р. У структурі оборотних активів (74,82% - у 2020р., 64,36% - у 2021р., 65,58% - у 2022р.) та у структурі сукупних активів ТОВ «Іппон-шифт» (74,44% - у 2020р., 64,06% - у 2021р., 65,21% - у 2022р.) найбільшу частину займають запаси, а саме готова продукція. На кінець 2022р. обсяги оборотних активів збільшились за рахунок збільшення на 18,25% обсягів запасів порівняно із 2021р. та появою витрат майбутніх періодів.

Таблиця 2.4 – Динаміка обсягів та структури оборотних активів ТОВ «Іппон-шифт» у 2020-2022рр.

Дата аналізу	Показник	Значення за елементами					Разом оборотні активи
		Запаси ТМЦ	Дебіторська заборгованість	Грошові активи	Інші оборотні активи	Витрати майбутніх періодів	
01.01.21	Сума, тис.грн	5368,5	724,3	1061,6	21,2	-	7175,6
	Частка в оборотних активах %	74,82	10,09	14,79	0,3	-	100
	Частка в активах, %	74,44	10,04	14,72	0,29	-	99,49
01.01.22	Сума, тис.грн	5379,4	279,7	1130,3	1568,9	-	8358,3
	Зміна абсолютна, тис.грн	10,9	-444,6	68,7	1547,7	-	1182,7
	Зміна відносна, %	0,2	-61,38	6,47	7300,47	-	16,48
	Частка в оборотних активах, %	64,36	3,35	13,52	18,77	-	100
	Частка в активах, %	64,06	3,33	13,46	18,68	-	99,54
01.01.23	Сума, тис.грн	6361,2	903,3	939,0	66,6	1429,7	9699,8
	Зміна абсолютна, тис.грн	981,8	623,6	-191,3	-1502,3	1429,7	1341,5
	Зміна відносна, %	18,25	222,95	-16,92	-95,75	0	16,05
	Частка в оборотних активах %	65,58	9,31	9,68	0,69	14,74	100
	Частка в активах, %	65,21	9,26	9,63	0,68	14,66	99,44

Джерело: сформовано автором на основі [39, Додаток А]

Для діагностики прибутковості товариства оцінимо динаміку прибутку що представлено в табл.2.5. Як бачимо за 2020-2022рр. обсяг прибутку був не стабільний. Найбільше його значення (602,2 тис.грн) було у 2021р. Суттєве зниження прибутку у 2022р. пов'язане із війною в Україні, виїздом значної частини населення України закордон, зниження купівельної спроможності тих хто залишився в країні.

Для того, щоб зробити висновок про підвищення функціонування товариства має виконуватись нерівність (2.1):

$$I_{A(B)} \leq I_D \leq I_P, \quad (2.1)$$

де $I_{A(B)}$ - індекс зміни обсягу активів (витрат)

I_D - індекс зміни обсягу доходів

I_P - індекс зміни обсягу прибутку від діяльності підприємства

Тобто, найбільшими темпами має зростати прибуток, трошки меншими – дохід, і ще меншими – активи або витрати.

Таблиця 2.5 – Темпи зміни ресурсних та результативних параметрів ТОВ «Іппон-шифт» у 2020-2022рр.

Показник	Значення за			Індекс зміни показника
	2020 рік	2021 рік	2022 рік	
1. Середньорічний обсяг активів, тис. грн.	6083,0	7804,8	9076,1	1,163
2. Сукупні витрати, тис грн.	9582,2	12919,9	8459,2	0,655
3. Сукупні доходи, тис грн.	9780,6	13522,1	8731,8	0,646
4. Прибуток до оподаткування, тис грн.	198,4	602,2	272,6	0,453

Джерело: сформовано автором на основі [39, Додаток А]

Протягом аналізованого періоду результати розрахунків, а саме:

$I_{A(B)} \geq I_D \geq I_P$ або $(1,163 \geq 0,646 \geq 0,453)$ говорять про те, що нерівність у формулі 2.1 не виконується, що вказує на негативну тенденцію до зниження ефективності діяльності товариства. Така тенденція може бути пов'язана із зменшенням продажу внаслідок війни на території України з 24.02.2022 року.

Інформацію про поточний стан справ всередині компанії та зовнішнього середовища у якому вона функціонує можна проаналізувати за допомогою SWOT-аналізу - одного із методів бізнес-аналізу та на основі цього прийняти відповідні

управлінські рішення щодо стратегічного розвитку компанії. Акронім SWOT розшифровується як S (Strengths) – сильні сторони компанії, W (Weaknesses) – слабкі сторони компанії, O (Opportunities) – можливості, T (Threats) – загрози [28]. Цей метод включає аналіз сильних та слабких сторін компанії як внутрішнього середовища функціонування компанії а також аналіз можливостей розвитку компанії в даній галузі і загроз зовнішнього середовища (табл. 2.6). За результатами SWOT-аналізу визначаються пріоритетні напрями розвитку компанії а також способи зменшення дії негативних факторів. Даний метод допомагає врівноважити вплив сильних і слабких сторін компанії із впливом можливостей і загроз зовнішнього середовища. SWOT-аналіз є інформаційною базою для виявлення стратегічних проблем і управлінських рішень для їх усунення. Цей метод дозволяє комплексно оцінити сильні та слабкі сторони, а також загрози і можливості, що в свою чергу дає поглиблене розуміння бізнесу. Недоліками SWOT-аналізу є неможливість об'єктивно описати усі сильні та слабкі сторони, можливості і загрози, а також те, що цей метод є статичним а не динамічним.

Таблиця 2.6 – SWOT-аналіз ТОВ «Іппон-шифт»

Сильні сторони	Слабкі сторони
- закупка товару безпосередньо у виробника - налагоджена дистриб'юторська мережа - висока якість товару - спонсорвання відомих футбольних клубів (ФК «Оболонь», ФК «Нива»)	- товар не першої необхідності - брак коштів для здійснення стратегічної ініціативи - не високий інтернет-маркетингу та відсутність реклами в медіа-просторі
Можливості	Загрози
- зростання популярності спорту серед населення - можливість самостійно встановлювати ціну - розширення асортиментної лінії - тренд на здоровий спосіб життя - зміна споживчих переваг у бік функціонально і зручного одягу - просування у соціальних мережах	- погіршення економічної ситуації в країні у зв'язку із війною - зменшення числа покупців - вплив державного регулювання критичного імпорту - наявність потужних конкурентів (Nike, Adidas та ін.)

Джерело: сформовано автором

Таким чином на основі SWOT-аналізу компанія повинна працювати над тим щоб за допомогою своїх сильних сторін мінімізувати негативний вплив загроз а також максимально використати можливості. Для більшої ефективності SWOT-аналіз необхідно поєднувати із іншими методами бізнес-аналізу.

Для концептуального уявлення сукупності структурних елементів функціонування бізнесу можна застосувати шаблон бізнес-моделі - Canvas, який запропонували О.Остервальд та І.Піньє [40]. Бізнес-модель показує за рахунок чого створюється цінність для споживачів, коротко описує як функціонує бізнес. Canvas охоплює найважливіші елементи бізнесу та розділяє їх по дев'яти розділам – будівельним блокам (табл. 2.7):

- 1) ключові партнери - описує організації та компанії, з якими співпрацює бізнес;
- 2) ключові види діяльності - визначає основні дії, які потрібно виконати для забезпечення функціонування бізнесу;
- 3) ціннісна пропозиція - описує, які конкретні вигоди та цінності надає продукт чи послуга клієнтам;
- 4) взаємовідносини з клієнтами – описує які маркетингові інструменти повинна застосовувати компанія для приваблення та утримання клієнтів;
- 5) цільові групи споживачів - визначає, для кого створюється продукт чи послуга;
- 6) ключові ресурси - вказує на важливі активи та ресурси, необхідні для реалізації бізнес-моделі;
- 7) канали просування - визначає, через які канали бізнес взаємодіє з клієнтами та постачальниками;
- 8) структура витрат - визначає основні витрати, пов'язані з функціонуванням бізнесу;
- 9) потоки отримання доходів - описує, яким чином бізнес заробляє гроші та отримує прибуток.

Цей шаблон потрібно заповнювати з права на ліво. В правій частині зазначається ціннісна пропозиція, для яких груп споживачів вона створюється та

Таблиця 2.7 – Шаблон бізнес-моделі ТОВ «Іппон-шифт» за О.Остервальдером та І.Піньє.

<i>Ключові партнери</i>	<i>Ключові види діяльності</i>	<i>Ціннісна пропозиція</i>	<i>Взаємовідносини з клієнтами</i>	<i>Цільові групи споживачів</i>
- власники торгових марок - виробники - постачальники - перевізники - оптові закупщики - брендувальники	- імпорт спортивних товарів - торгівля - обслуговування клієнтів - брендування одягу	- спорт - здоровий спосіб життя - впевненість у власних силах - приємний шопінг - комплексне рішення для клієнтів - індивідуальний підхід - унікальність	- гнучка система знижок - обслуговування клієнтів безпосередньо у магазині - підбір товару заочно по параметрам - консультація фахівця - зручна доставка - різні варіанти оплати	- спортивні клуби - футбольні команди - спортивні секції - школи - професійні спортсмени - абоненти спортивних клубів - люди, які люблять спорт
	<i>Ключові ресурси</i> - торгова зала - склади - автотранспорт - обладнання для магазину: полки, стілажі - касові апарати - термінали - кваліфіковані співробітники - вода, чай, кава		<i>Канали просування</i> - торговий зал - інтернет-сайт - використання торгових площадок в інтернеті - соціальні мережі	
<i>Структура витрат</i> - достатні оборотні кошти для внесення попередньої оплати за товар - оренда торгових площ і складів - заробітна плата - витратні матеріали - оренда обладнання для брендування			<i>Потоки отримання доходів</i> - фінансовий дохід - комунікація із відомими спортсменами - встановлення вигідних зв'язків із ключовими партнерами - задоволення від роботи в команді однодумців	

Джерело: сформовано автором на основі [40, 41]

яким чином потрібно взаємодіяти із споживачами з метою просування та збуту товару чи послуги. В лівій частині вказуються дії, які необхідно виконати для того, щоб створити бажану цінність для споживача та які витрати потрібно для цього понести [41, с.68].

Бізнес-модель Canvas є популярним інструментом для розробки, аналізу та оптимізації стратегії бізнесу. Canvas дозволяє узагальнити та візуалізувати основні аспекти бізнесу на одному аркуші паперу чи електронному документі. Вона дозволяє керівництву компанії швидко зрозуміти основні аспекти функціонування бізнесу, визначити можливості для удосконалення та прийняти відповідні управлінські рішення.

2.3 Оцінка стану інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт»

Інформаційне забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт» насамперед потрібно для виконання основних завдань які полягають у: задоволенні потреб керівництва та персоналу у інформації, які представлені в табл. 2.8; безперебійній роботі інформаційних систем компанії; оперативному усуненню проблем у їх роботі. Чим ефективніший обмін інформацією всередині компанії тим легше їй досягати своїх цілей.

ТОВ «Іппон-шифт» є системою взаємопов'язаних елементів, які працюють разом, щоб забезпечити безперебійне і ефективне функціонування компанії. Ці елементи комунікуючи між собою утворюють систему інформаційного забезпечення, яка представлена наступними елементами (рис.2.4):

1. Бухгалтерський облік. Він є основою системи інформаційного забезпечення функціонування бізнесу тому, що без його даних дуже важко дати об'єктивну оцінку господарської діяльності бізнесу. Бухгалтерський облік створює значну частину економічної інформації і забезпечує її аналіз та подальше планування діяльності бізнесу.

Таблиця 2.8 – Інформаційні потреби персоналу ТОВ «Іппон-шифт» для забезпечення функціонування компанії

Назва посади	Інформаційні потреби
Директор	Інформація про можливості зростання прибутковості, розширення бізнесу, інформація про виконання планових показників діяльності, інформація про стан коштів на банківських рахунках, відомості про діяльність усіх структурних одиниць.
Головний бухгалтер, бухгалтер	Інформація про державне регулювання у сфері бухгалтерського і податкового законодавства, актуальні зміни до законів, відомості про персонал, правила підготовки фінансової та податкової звітності
Начальник відділу маркетингу (збуту)	Інформація про стан ринку спортивних товарів і цільового споживача, конкурентів, прогноз попиту на дані товари, клієнтська база, дані про найбільш та найменш популярні товари серед споживачів, кількість відвідувачів та постійних клієнтів, розмір середнього чеку, планові та фактичні показники продажів товару, пропозиції конкурентів, їх асортимент та ціни
Менеджер із маркетингу (збуту), продавець-консультант	Інформація про споживчі характеристики спортивних товарів, цільового споживача та його вподобання; інформація про нові надходження, акції; правила викладки товарів у торговій залі
Інженер з охорони праці	Інформація про кількість працівників та їх посадові обов'язки, технічна документація, умови договорів із орендодавцями офісних і складських приміщень
Менеджер із постачання	Інформація про потребу у товарі, його характеристиках, кількість і номенклатура товару яким потрібно забезпечити магазин; дані про постачальників, їх надійність та терміни поставок.
Касир	Правила ведення касової дисципліни, оформлення повернень, стандарти обслуговування клієнтів
Комірник	Інформація про правила ведення складського обліку, переобліку, інвентаризації; інструкції щодо роботи складського обладнання

Джерело: сформовано автором на основі [42]

Бухгалтерська інформація минулих років дає можливість робити фінансово-економічний аналіз діяльності та оцінку поточного стану компанії, прогнози продажів тощо. Для збору, обробки і зберігання бухгалтерської інформації використовується програма BAS, засоби Microsoft Excel. Інструментами бухгалтерського обліку є первинні документи, різноманітні звіти на паперових або електронних носіях.



Рисунок 2.4 – Система інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт»

Джерело: сформовано автором

Основними функціями відділу бухгалтерії є:

- 1) ведення бухгалтерської програми. Це забезпечує ведення обліку господарських операцій, створення звітності, обробки податкової інформації і контролю за фінансовим станом компанії;
- 2) електронний банкінг. Використовується для здійснення банківських операцій, моніторингу банківських рахунків, оплати рахунків тощо;
- 3) бюджетування і прогнозування. Дас можливість для планування бюджетів, прогнозування фінансових показників і аналізу їх виконання.

Бухгалтерський облік є інформаційною основою для створення аналітичних звітів, аналізу фінансових індикаторів, визначення ефективності продажів і прогнозування тенденцій. Відповідальними за ведення бухгалтерського обліку компанії є відділ бухгалтерії в складі бухгалтера та головного бухгалтера. Головний бухгалтер не просто реєструє факти господарських операцій а й обирає і впроваджує облікову політику, забезпечує довіру до звітної інформації серед

різних стейкхолдерів серед яких є податкові органи, контрагенти, керівництво компанії [43, с.40].

2. Система складського обліку. Основною функцією цього елементу системи інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт» є управління запасами. Система складського обліку включає в себе моніторинг рівня запасів, автоматизацію замовлення товарів, ведення каталогу товарів і контроль за оборотністю запасів, реєстрацію продажів, виставлення рахунків і автоматичного оновлення інформації про запаси. Відповідальними за ведення складського обліку є комірник та менеджер із закупок.

3. Система управління відносинами з клієнтами (CRM). Вона використовується для управління відносинами з клієнтами, збору інформації про них в одному місці, ведення історії покупок і взаємодії з клієнтами. Також CRM-система дозволяє реєструвати та оброблювати проблеми з обслуговуванням клієнтів, що забезпечує краще взаєморозуміння з ними та зміцнення взаємовідносин з клієнтами. Таким чином підвищується ефективність роботи з клієнтами та визначаються можливості для росту та розвитку бізнесу. Відповідальними за її ведення є начальник відділу збуту (маркетингу) та менеджер із збуту (маркетингу). До CRM-системи мають доступ усі співробітники компанії, що робить інформаційний обмін швидким і як наслідок підвищується продуктивність [44, с.77]. Таким чином компанія володіє повною інформацією про своїх клієнтів та їх уподобання. Грунтуючись на цій інформації компанія може вибудувати ефективну стратегію по взаємодії із ними.

4. Клієнтський сервіс. Цей елемент включає в себе безпосередню взаємодію з клієнтами у магазині, їх консультування та продаж товарів, а також обробку запитань клієнтів і вирішення проблем. Клієнтський сервіс надає клієнтам інформацію про наявність товарів їх та характеристики, актуальні тенденції на ринку спортивних товарів, діючі акції, знижки на товари тощо. Клієнтський сервіс передбачає ведення системи обробки звернень і замовлень, завдяки якій замовлення передається від клієнта на склад і навпаки. Відповідальними за її ведення є менеджер із збуту (маркетингу) та продавець-консультант.

5. Інтернет-магазин і Електронна комерція. Інтернет продажі відбуваються за допомогою власного Інтернет сайту а також за допомогою орендованих інтернет площадок. Продажі товарів на власному сайті включають функції електронного каталогу, корзини покупок, онлайн-оплати і відстеження стану замовлення. Для аналізу та оптимізації електронного магазину використовується аналітика відвідуваності сайту. З метою підвищення кількості відвідувань Інтернет-сайту та потенційних покупок компанія має власні акаунти в соціальних мережах та розміщує там інформацію про товари, їх зображення та детальний опис. Також застосовується реклама в соціальних мережах. Спеціаліст із маркетингу та системний адміністратор є відповідальними за Інтернет-магазин та електронну комерцію.

6. Технічна підтримка і Безпека. Цей елемент системи інформаційного забезпечення бізнесу допомагає у вирішенні технічних проблем з базами даних, комп'ютерними програмами та технікою. Вирішує технічні питання, що стосуються функціонування інтернет-магазину. Забезпечує вирішення проблем, пов'язаних з електронними транзакціями та онлайн-платежами. Допомагає користувачам у розумінні користування новими технічними рішеннями. Впроваджує та оновлює захист від кібератак, що включає в себе антивіруси, фаєрволи та інші засоби захисту. Системний адміністратор є відповідальним за надання технічної підтримки та забезпечення безпеки.

7. Адміністративне ядро. Вся інформація яка утворюється в результаті діяльності вищезгаданих елементів інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт» доступна адміністративному ядру компанії в складі директора та відділу маркетингу, яке на основі цієї інформації приймає управлінські рішення. Директор збирає інформацію про діяльність всіх структурних одиниць компанії, про поточний економічний та фінансовий стан компанії та приймає на основі цього управлінські рішення. Також директор на основі даних бухгалтерського обліку здійснює контроль за витратами. Начальник відділу маркетингу (збуту) є зв'язуючою ланкою між директором та відділом маркетингу (збуту). Від директора компанії він отримує ключові стратегічні

позиції компанії і установки для подальшої роботи. Директор отримує від відділу маркетингу таку інформацію як аналіз продажів товарів, оцінку конкурентів компанії, позиції компанії на ринку.

Описати взаємозв'язки між елементами можна наступним чином. Система бухгалтерського обліку взаємодіє з іншими елементами інформаційного забезпечення, забезпечуючи передачу та обмін необхідною фінансовою інформацією. Основні види інформації, які може надавати система бухгалтерського обліку іншим елементам, включають:

- 1) звітність для керівництва, а саме Звіт про фінансові результати, Баланс та ін.;
- 2) податкова звітність, в якій містяться дані щодо суми податків до сплати, що дає можливість внести потрібні суми коштів у реєстр майбутніх платежів;
- 3) облік коштів і бюджетування, що дає інформацію для планування бюджету та визначення фінансових цілей;
- 4) відомості про витрати;
- 5) інформація для визначення фінансового впливу запасів на баланс компанії;
- 6) дані, необхідні для обліку запасів та їх оптимізації;
- 7) інформація про оплату праці, інші витрати на персонал та інформація для розрахунку податків та соціальних внесків;
- 8) дані про витрати на маркетинг та рекламу в порівнянні з результатами;
- 9) інформація для прогнозування фінансового стану компанії тощо.

Ці дані відіграють важливу роль у прийнятті стратегічних рішень, веденні бізнесу та відстеженні фінансового стану компанії. Система бухгалтерського обліку є основним джерелом цих фінансових даних, які надаються іншим елементам інформаційного забезпечення функціонування бізнесу.

Система складського обліку грає ключову роль у веденні контролю за запасами товарів у компанії. Вона надає іншим елементам інформаційного забезпечення функціонування бізнесу важливу інформацію для оптимізації запасів,

забезпечення ефективного управління постачаннями та забезпечення задоволення попиту клієнтів. Інтеграція цієї інформації з іншими елементами інформаційного забезпечення допомагає компанії приймати стратегічні рішення та оптимізувати свою діяльність.

Основні види інформації, яку система управління запасами може надавати іншим елементам інформаційного забезпечення, включають:

- 1) дані для визначення оптимального рівня запасів, щоб уникнути нестачі або перевищення запасів;
- 2) автоматичні повідомлення та сигнали про потребу в новому замовленні;
- 3) дані про повернення або відміни замовлень, які впливають на наявність товарів на складі;
- 4) дані про терміни придатності та умови зберігання товарів;
- 5) інформація про якість та сертифікацію товарів на складі.

Система управління відносинами з клієнтами (CRM) надає важливу інформацію для ефективного взаємодії з клієнтами та управління відносинами з ними. Ця інформація інтегрована з іншими елементами інформаційного забезпечення компанії. Основні аспекти інформації, яку CRM система може надавати іншим елементам, включають:

- 6) інформація про рахунки, платежі та стан розрахунків з клієнтами;
- 7) інформація про всі контакти та спілкування з клієнтом, включаючи дзвінки, листування, зустрічі тощо;
- 8) дані про поточні операції з клієнтом та стан угод;
- 9) інформація для створення персоналізованих маркетингових кампаній та знижок;
- 10) інформація про питання та проблеми, які клієнти раніше висували;
- 11) дані про участь клієнтів у програмах лояльності та їхній статус.

Інформацію, якою володіє CRM можна використовувати для прогнозування потреб клієнтів та майбутніх замовлень. Також інформація із CRM необхідна для

автоматизації електронних листів, SMS-повідомлень та інших форм комунікації з клієнтами а також для створення персоналізованих пропозицій та знижок.

Клієнтський сервіс як елемент інформаційного забезпечення функціонування компанії представлений торговою площею у вигляді магазину надає наступну інформацію:

- 1) інформацію про фінансові транзакції, виручку та витрати для підготовки фінансової звітності;
- 2) відомості про те, які пропозиції привертають більше клієнтів та збільшують продажі;
- 3) інформація для визначення оптимальних рівнів запасів товару на полицях магазину та запобігання нестачі;
- 4) інформація про виявлені дефекти, проблеми або повернення товарів;
- 5) аналіз позитивних та негативних відгуків.

Ці дані надають комплексну інформацію для управління магазином, взаємодії з клієнтами та прийняття стратегічних рішень щодо асортименту товарів, ціноутворення та маркетингових заходів.

Інтернет-магазин і електронна комерція надають різноманітну інформацію, яка може бути використана для оптимізації різних елементів інформаційного забезпечення. Основні аспекти інформації включають:

- 1) деталі про замовлення клієнтів, включаючи товари, кількість, вартість та адресу доставки;
- 2) дані про те, які товари клієнти переглядали та купували;
- 3) інформація про те, як часто клієнти здійснюють покупки;
- 4) аналіз динаміки продажів, визначення ефективності маркетингових кампаній та популярних товарів;
- 5) інформація про питання клієнтів та їхні вимоги;
- 6) інформація про враження клієнтів від бренду та товарів у соціальних мережах.

Ці дані є важливою складовою для ефективного функціонування електронної комерції та надають можливість аналізувати, оптимізувати та вдосконалювати різні аспекти бізнесу.

Елемент «Технічна підтримка і Безпека» надає іншим елементам системи інформаційного забезпечення функціонування бізнесу таку інформацію:

- 1) деталі щодо технічних характеристик, конфігурації та функціональних можливостей обладнання та встановлених на них програм;
- 2) конфігурація мережевого з'єднання, ієрархія мережевих пристроїв, зони безпеки тощо;
- 3) дані про характеристики систем зберігання, методи резервного копіювання та відновлення.

Ця інформація дозволяє забезпечувати високий рівень безпеки та ефективності IT-інфраструктури, щоб уникнути загроз та забезпечити стабільну роботу системи.

Обмін інформацією всередині компанії між елементами системи інформаційного забезпечення відбувається в усній, письмовій та електронних формах. Усна форма передбачає телефонні дзвінки та зустрічі для обговорення загальних проблем, характеристик товарів, обмін досвідом обслуговування клієнтів, ідеями удосконалення бізнесу або варіанти усунення проблем. В письмовій формі передаються первинні документи, контракти, презентації, аналітичні звіти та інші документи. В електронній формі співробітники обмінюються інформацією за допомогою внутрішньої комп'ютерної мережі, електронної пошти та месенджерів.

Добре налагоджене інформаційне забезпечення покращує такі фактори як:

1. Ефективний документообіг між відділом маркетингу, системою складського обліку, магазином і торгівлею на інтернет-майданчиках до бухгалтерії, що призводить до збільшення швидкості обробки інформації про продажі товару і представленні керівництву оперативних даних для прийняття управлінських рішень.

2. Швидка передача інформації про замовлення від менеджера із збуту або продавця-консультанта на склад, що в свою чергу зменшує очікування клієнта в черзі і сприяє швидкості обслуговування клієнтів.

3. Ділове та неформальне спілкування між керівництвом та співробітниками компанії під час якого відбувається обмін корисною інформацією і обговорюються вдалі варіанти стратегій розвитку.

Таким чином система інформаційного забезпечення функціонування бізнесу на прикладі ТОВ «Іппон-шифт» збирає усі її елементи у одне ціле, що ефективно рухається у певному напрямку.

Недоліком даної системи інформаційного забезпечення є нерозвинена система складського обліку внаслідок чого компанія має високу вартість утримання складу і низьку оборотність запасів. В якості її удосконалення пропонується провести ABC-XYZ-аналіз проданих товарів та по його результатам додати методики, які пришвидшують оборотність складських запасів. Відповідно, за результатами другого розділу дослідження можна зробити такі висновки.

1. В другому розділі було описано загальну характеристика ТОВ «Іппон-шифт» та середовища її господарювання. Компанія працює у сфері оптової торгівлі і є офіційним дистриб'ютором торгової марки Jako в Україні. Товарним асортиментом є спортивний одяг та взуття торгової марки Jako для професійних видів спорту, а також для людей, що люблять спорт.

2. Було проаналізовано рентабельність операційної діяльності підприємств галузі та безпосередньо ТОВ «Іппон-шифт» за 2017-2021рр. Згідно з розрахунками показники рентабельності компанії були нестабільні. Найбільше її значення було у 2018р.-5,1%, а найменше у 2017р. – 1,13% і у 2020р.-2,07% у зв'язку із пандемією Covid-19. Обсяг реалізованої продукції зростав із 8 298,57 тис. грн у 2017р. до 13 480,45 тис.грн у 2021р.

3. Горизонтальний і вертикальний аналіз оборотних активів ТОВ «Іппон-шифт» за 2020-2022рр. показав позитивну динаміку обсягу оборотних активів. У їх структурі найбільшу частину займають запаси. Аналіз темпів зміни ресурсних та результативних параметрів ТОВ «Іппон-шифт» у 2020-2022рр. показав негативну

тенденцію до зниження ефективності діяльності товариства що може бути пов'язано із війною на території України з 24.02.2022р.

4. Для оцінки справ всередині компанії та зовнішнього середовища було проведено SWOT-аналіз в результаті чого було визначено сильні та слабкі сторони ТОВ «Іппон-шифт» та можливості і загрози ззовні. Також було побудовано бізнес-модель Canvas за О.Остервальдером та І.Піньє для загального уявлення сукупності структурних елементів функціонування бізнесу.

5. Було описано структуру наявної системи інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт». Дано характеристики кожного її елементу, вказано зв'язки між ними та шляхи передачі інформації. Також було визначено інформаційні потреби персоналу компанії. Визначено недоліки існуючої системи інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт».

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ПРОЕКТУ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ ТОВ «ІППОН-ШИФТ»

3.1 Напрями удосконалення інформаційного забезпечення діяльності підприємства

Ефективне функціонування бізнесу потребує гарного інформаційного підґрунтя у всіх аспектах діяльності. Одним із таких аспектів є управління своїми запасами та планування продажів. Корисними інструментами для цього є ABC та XYZ-аналізи. ABC-аналіз дозволяє розділити товари на три групи на основі їх значимості в обсязі продажів. Це допомагає підкреслити товари, які мають найбільший вплив на прибуток компанії. Зосередження уваги на цих товарах у формі аналітичних звітів та інформаційних брифінгів може допомогти керівництву зробити кращі рішення. Знання важливості кожного товару у відношенні до загального обсягу продажів може допомогти керівництву компанії прийняти стратегічні рішення щодо ціноутворення. Товари з високим оборотом можуть підтримувати стабільні ціни, тоді як товари з низьким оборотом можуть бути піддані акційним пропозиціям для стимулювання попиту.

Аналізуючи отримані дані за допомогою ABC-звіту, компанія може краще розуміти, які товари потребують більшого контролю та управління запасами. Це може допомогти уникнути надмірного запасу малозначущих товарів, зменшити ризики втрат і звільнити капітал для інвестицій у більш важливі товари. Прогнозування попиту на товари, яке забезпечується за допомогою ABC-аналізу дозволяє уникнути нестачі товарів з великим попитом та зменшити ризики перевищення запасів там, де попит низький.

Знання того, які товари приносять найбільший оборот, може допомогти у визначенні ефективних маркетингових стратегій. Це може включати більше

рекламних зусиль, спрямованих на просування товарів з високим оборотом, або розробку спеціальних пропозицій для привернення уваги до товарів з низьким оборотом.

Застосування ABC-аналізу до продажів компанії, дозволяє краще розуміти, які товари мають найбільший вплив на бізнес та як ефективніше керувати запасами та продажами.

Товарний асортимент компанії «Іппон-шифт» можна розділити на 20 товарних груп. По кожній з них в табл 3.1. вказано товарооборот за 2023 рік, частка групи в загальному обороті та належність її до ABC-групи.

ABC-аналіз ділить асортимент на три групи в залежності від внеску в загальний товарообіг – А, В, С. До групи А належать товари, які приносять найбільший обсяг продажів. Ці товари є ключовими для прибутку підприємства та мають велике стратегічне значення. Зазвичай товари групи А є дуже популярними серед клієнтів. Ці товари можуть бути ключовими для привернення клієнтів, збереження лояльності або конкурентоспроможності підприємства на ринку. Товари групи А потрібно глибоко проаналізувати і визначити чому саме ці товари успішні та як можна збільшити їхню ефективність. Управління товарами групи А часто потребує більшої уваги, перегляду та стратегічного планування, оскільки вони мають великий вплив на успіх бізнесу.

Товари групи В які мають середній обсяг продажів. Важливо забезпечити наявність цих товарів в потрібний момент без зайвого запасу. Вони не є найбільшими чи найменшими за продажами, але все ще можуть мати значний вплив на прибуток підприємства. Товари групи В можуть доповнювати асортимент, задовольняти певні потреби клієнтів або забезпечувати додатковий дохід. Товари групи В часто потребують меншої уваги та ресурсів для управління порівняно з товарами групи А. Проте вони все ще вимагають певного рівня уваги і контролю.

Хоча товари групи В можуть бути важливими для бізнесу, вони зазвичай не мають такої великої стратегічної важливості, як товари групи А. Тому стратегічне планування і управління їх може бути менш інтенсивним.

Таблиця 3.1 - Аналіз товарного асортименту ТОВ «Іппон-шифт» за допомогою АВС-аналізу за 2023рік

№з/п	Товарна група	Оборот по групі за рік, грн	Частка в товарообороті, %			Група
			Окремої товарної групи	разом	накопичувальним підсумком	
1	Шорти	1 747 610,09	16,01	80	16,01	А
2	Штани	1 601 806,96	14,68		30,69	
3	Футболки	1 346 556,40	12,34		43,03	
4	Куртки тренувальні	1 119 692,95	10,26		53,29	
5	Куртки зимові	954 229,06	8,74		62,03	
6	Дощовики	789 239,84	7,23		69,27	
7	Худі	611 282,91	5,60		74,87	
8	Рюкзаки	562 902,26	5,16		80,03	
9	Шкарпетки	345 997,55	3,17	15	83,20	В
10	Кросівки	330 469,93	3,03		86,22	
11	Майки	292 313,52	2,68		88,90	
12	Гетри	292 114,21	2,68		91,58	
13	Жилети	186 566,24	1,71		93,29	
14	Термобілизна	149 724,16	1,37		94,66	
15	Поло	146 395,20	1,34	5	96,00	С
16	Рукавички воротаря	124 645,19	1,14		97,15	
17	Водолазки	120 264,10	1,10		98,25	
18	Рукавички фліс	99 788,19	0,91		99,16	
19	Бинти	58 598,31	0,54		99,70	
20	Реглани	32 873,50	0,30		100,00	
Разом		10 913 070,57	100,00	100,00	X	X

Джерело: власна розробка на основі узагальнених даних управлінського обліку ТОВ «Іппон-шифт»

Товари групи С мають низький обсяг продажів порівняно з іншими товарними позиціями. Вони можуть продаватися рідше або мати обмежений попит серед клієнтів. Ці товари не мають значного впливу на фінансові результати підприємства або не є ключовими для його успіху. Товари групи С зазвичай є доповнювальними та забезпечують повний асортимент товару. Для цієї групи потрібно розглянути можливість зменшення запасів або оптимізації управління цими товарами.

Застосовуючи АВС-метод аналізу продажів, компанія може краще розуміти, які товари мають найбільший вплив на бізнес та як ефективно керувати запасами та продажами [45, с.47]. Провівши АВС-аналіз ми побачили, що

найприбутковішими товарними групами ТОВ «Іппон-шифт» є шорти, штани, футболки, куртки тренувальні, куртки зимові, дощовики, худі і рюкзаки. Найменш прибутковими є групи товарів поло, рукавички воротаря, водолазки, рукавички флісові, бинти та реглани.

В торгівлі важлива не тільки величина виручки з продажу конкретних товарів, а і стабільність їх попиту, тобто як часто купують той чи інший товар. Визначити це можна за допомогою XYZ аналізу. Цей аналіз є корисним інструментом для удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу. Аналізуючи дані за допомогою XYZ-аналізу, компанія може здійснювати більш ефективне стратегічне планування. Результати аналізу допомагають ідентифікувати найбільш і найменш продавані товари, щоб приймати обґрунтовані рішення щодо асортименту, маркетингу та ресурсного планування. За допомогою XYZ-аналізу можна краще розуміти рівні попиту на різні групи товари. Це допомагає оптимізувати управління запасами шляхом встановлення оптимальних рівнів запасів для кожної групи товарів. Інформація, отримана з XYZ-аналізу, може бути використана для покращення логістичних процесів. Наприклад, компанія може адаптувати графік поставок з урахуванням попиту на найбільш популярні товари. За допомогою XYZ-аналізу можна визначити, які товари потребують більшого чи меншого рівня маркетингової уваги. Це допоможе ефективніше розподіляти ресурси на рекламу та просування. Здатність швидко адаптуватися до змін в попиті дозволяє компаніям бути більш гнучкими та конкурентоспроможними на ринку. XYZ-аналіз допомагає ідентифікувати ризики, пов'язані з попитом на товари, та розробляти стратегії їх зменшення або управління. Таким чином інформація, отримана з аналізу, допомагає підвищити якість обслуговування клієнтів шляхом забезпечення наявності найбільш популярних товарів у необхідний момент.

Одним із інструментів, який можна використовувати в XYZ-звіті для оцінки стабільності попиту, є коефіцієнт варіації. Цей коефіцієнт визначає ступінь коливань у значеннях параметра який аналізується відносно її середнього значення. Чим меншим є значення коефіцієнту варіації тим стабільним є попит на товари.

Коефіцієнт варіації визначається за формулою (3.1) [46, с.16]:

$$K_B = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}} \cdot \frac{100\%}{\bar{x}} \quad (3.1)$$

де x_i - значення параметра по товару, що аналізується за i -тий період

$\bar{x}$ - середнє значення параметра по товару, що аналізується

n - кількість періодів, що аналізуються.

Результати розрахунків коефіцієнту варіації кількості проданих товарів ТОВ «Іппон-шифт» за 2023р. приведено у додатку Б, а у табл.3.2 наведено узагальнюючі дані за якими проведено XYZ-звіт.

За допомогою отриманих значень коефіцієнта варіації кількості проданих товарів ТОВ «Іппон-шифт» за 2023р. товарні групи поділяються на класи X, Y та Z. Коефіцієнт варіації класу X знаходиться у межах від 0 до 20%. До класу X належать найстабільніші товари. В нашому випадку це футболки. Товари класу X відзначаються стабільним та передбачуваним попитом. Кількість проданих одиниць залишається майже постійною протягом часу без значних змін або коливань. Це товари з низьким коефіцієнтом варіації. Попит на товари класу X мало чутливий до сезонних або тимчасових факторів. Їх популярність не залежить від певних періодів року або подій. Товари класу X мають низький ризик непродажу через надійність їхнього попиту. Це означає, що ймовірність залишкових запасів або втрат від відсутності попиту дуже низька. Попит на такі товари має тенденцію бути стабільним навіть при змінах у ринкових умовах, таких як економічні спади або зміни в споживчих уподобаннях.

Внаслідок стабільності попиту, товари класу X мають низький ризик залишкових запасів. Вони швидко реалізуються без необхідності великих знижок або прискореної реалізації. Товари класу X не потребують складного прогнозування попиту через їхню стабільність. Це дозволяє спростити управління запасами та зменшити ризик недостатнього або надмірного запасу.

Клас Y представлений товарами з помірним коефіцієнтом варіації, значення якого знаходиться у межах від 20% до 50%. Сюди увійшли такі товарні групи як шорти, гетри, куртки тренувальні, рюкзаки, рукавички фліс, худі і шкарпетки.

Таблиця 3.2 – XYZ-аналіз товарного асортименту ТОВ «Іппон-шифт» за 2023рік

№ з/п	Товарна група	Кількість проданих товарів за рік, баз.од.	Середнє значення	Значення підкореневого виразу	Коефіцієнт варіації, %	Діапазони коефіцієнта варіації, %	Група
1	Футболки	4814,000	1203,500	3662,250	5,03	$v < 20\%$	X
2	Шорти	6219,000	1554,750	165285,190	26,15	$20 < v < 50$	Y
3	Гетри	2179,000	544,750	34837,690	34,26		
4	Куртки тренувальна	1967,000	491,750	32247,690	36,52		
5	Рюкзаки	1676,000	419,000	25263,500	37,93		
6	Рукавички фліс	431,000	107,750	2286,190	44,38		
7	Худі	588,000	147,000	4559,500	45,93		
8	Шкарпетки	2553,000	638,250	93983,690	48,03		
9	Майки	1023,000	255,750	17500,690	51,73	$50 < v < 100$ і більше%	Z
10	Дошовики	1295,000	323,750	35850,690	58,48		
11	Бинти	528,000	132,000	7309,000	64,77		
12	Реглани	53,000	13,250	81,190	68,00		
13	Рукавиці воротаря	364,000	91,000	4137,500	70,69		
14	Жилети	154,000	38,500	830,250	74,84		
15	Штани	3244,000	811,000	389228,500	76,93		
16	Кросівки	287,000	71,750	3138,690	78,08		
17	Куртки зимові	637,000	159,250	15837,690	79,03		
18	Поло	258,000	64,500	2756,250	81,40		
19	Термобілизна	293,000	73,250	3740,690	83,50		
20	Водолазки	155,000	38,750	1474,690	99,10		

Джерело: власна розробка на основі узагальнених даних управлінського обліку ТОВ «Іппон-шифт» та методики [47, с. 203]

Товари класу Y відрізняються помірними коливаннями у кількості продажів. Попит на ці товари може змінюватися в певних межах від періоду до періоду. Попит на товари класу Y може бути чутливим до сезонних або тимчасових факторів. Для таких товарів існує помірний ризик їх непродажу а також можливість недостатнього чи надмірного запасу через зміни у попиті. Для товарів класу Y може знадобитися більш детальне прогнозування попиту порівняно з товарами класу X. Товари класу Y потребують оптимізації управління запасами. Стратегії, такі як регулярне переглядання запасів та використання методів управління запасами,

можуть допомогти уникнути перебоїв у постачанні та мінімізувати залишкові запаси. Для товарів класу Y може бути корисним зосередження на маркетингових заходах для стимулювання попиту та збільшення продажів. Рекламні кампанії та акції можуть допомогти привернути увагу до цих товарів. Товари класу Y вимагають регулярного моніторингу та аналізу для виявлення змін у попиті та вчасного реагування на них.

До класу Z належать товари із високим коефіцієнтом варіації, де попит може значно змінюватися. До цього класу потрапили такі товарні групи як майки, дощовики, бинти, реглани, рукавички воротаря, жилети, штани, кросівки, куртки зимові, поло, термобілизна, водолазки. Коефіцієнт варіації кількості проданих товарів класу Z знаходиться у діапазоні від 50% і більше. Товари класу Z відрізняються значними змінами у кількості продажів від періоду до періоду. Попит на товари класу Z може бути дуже чутливим до сезонних або тимчасових факторів. Наприклад, певні товари можуть мати великий попит лише під час певних святкових періодів або акцій. Для товарів класу Z існує великий ризик бути непроданими через непередбачуваний та нерегулярний попит. Це може призводити до надмірних запасів, які можуть залишитися нереалізованими. Товари класу Z потребують складного прогнозування попиту через велику непередбачуваність. Це може включати використання різних методів прогнозування та аналізу тенденцій. Внаслідок непередбачуваності попиту, товари класу Z можуть стати причиною великих залишкових запасів, які можуть бути важко реалізувати або призвести до збитків. Загалом товари класу Z вимагають постійного моніторингу та аналізу для виявлення змін у попиті та швидкої реакції на них.

Таким чином в результаті XYZ-аналізу ми класифікували товари за стабільністю їх попиту, що допомагає ефективніше управляти запасами та прогнозувати попит на майбутнє.

3.2 Обґрунтування проекту удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт»

Ще більш потужним та корисним інструментом з точки зору інформаційного забезпечення функціонування бізнесу є комбінування ABC та XYZ-звітів. Поєднання цих двох методів аналізу дозволяє класифікувати товари одночасно за їх значущістю та передбачуваністю попиту. Результати поєднаних аналізів ABC та XYZ представлені в табл.3.3 та рис. 3.1.

Інформація про розподіл товарів по групах матриці допомагає компанії визначити, які товари заслуговують на найбільшу увагу у товарному асортименті. Завдяки цьому компанія може приділити більше часу, ресурсів і зусиль на розвиток, маркетинг та стратегічне планування для товарів з високою важливістю та передбачуваністю попиту. Знання значущості товарів дозволяє компанії приділити особливу увагу до ціноутворення товарів групи AX та встановлювати стратегії ціноутворення, які максимізують прибуток для цих товарів.

Таблиця 3.3 - Результати поєднаного ABC- та XYZ-аналізу

№ з/п	Найменування товарної групи	ABC-група	XYZ-група	Суміщення	№ з/п	Найменування товарної групи	ABC-група	XYZ-група	Суміщення
1	Футболки	A	X	AX	11	Майки	B	Z	BZ
2	Шорти	A	Y	AY	12	Кросівки	B	Z	BZ
3	Куртки тренувальні	A	Y	AY	13	Жилети	B	Z	BZ
4	Худі	A	Y	AY	14	Термобілизна	B	Z	BZ
5	Рюкзаки	A	Y	AY	15	Рукавички фліс	C	Y	CY
6	Штани	A	Z	AZ	16	Рукавички воротаря	C	Z	CZ
7	Куртки зимові	A	Z	AZ	17	Водолазки	C	Z	CZ
8	Дошовики	A	Z	AZ	18	Поло	C	Z	CZ
9	Шкарпетки	B	Y	BY	19	Бинти	C	Z	CZ
10	Гетри	B	Y	BY	20	Реглани	C	Z	CZ

Джерело: власна розробка на основі узагальнених даних управлінського обліку ТОВ «Іппон-шифт» з урахуванням методики [48, с. 62]

Категорії			X	Y	Z
			Регулярність, прогнозованість попиту		
			висока	середня	низька
A	Прибутковість	висока	Футболки	Шорти, куртки тренувальні, худі, рюкзаки	Штани, куртки зимові, дощовики
B		середня		Шкарпетки, гетри	Майки, кросівки, жилети, термобілизна
C		низька		Рукавички фліс	Рукавички воротаря, водолазки, поло, бинти, реглани

Рисунок 3.1 - Матриця інтегрованого ABC- та XYZ-аналізу товарного асортименту ТОВ «Іппон-шифт» за 2023рік

Джерело: власна розробка

Також інтегрований ABC та XYZ-аналіз дозволяє ідентифікувати найважливіші товари, які потребують пріоритетного керування логістикою та поставками [49, с.93]. Це допоможе забезпечити достатні запаси найбільш важливих товарів при оптимальних витратах на їх зберігання.

Інтегрований ABC-XYZ-аналіз дозволяє більш ефективно використовувати дані про продажі товарів для прийняття стратегічних рішень щодо управління запасами, асортиментом та стратегією бізнесу загалом [31, с.602].

На основі матриці інтегрованого ABC- та XYZ-аналізу товарного асортименту можна дати такі рекомендації по управлінню товарами для кожної з груп:

1. До групи товарів АХ відносяться товари, зокрема, товарна група футболки, які найкраще продаються, приносять найбільший прибуток та мають стабільний попит. До цих товарів можна використовувати точні методи прогнозування попиту на основі попередніх даних та трендів. Високоприбуткових товарів можна мати мінімальні запаси так як це зменшить витрати на їх утримання і забезпечить стабільну наявність для клієнтів. Але при цьому має бути ідеально налагоджений ланцюг постачання товарів.

2. До групи товарів АХ відносяться товари, зокрема, товарна група футболки, які найкраще продаються, приносять найбільший прибуток та мають стабільний попит. До цих товарів можна використовувати точні методи прогнозування попиту на основі попередніх даних та трендів. Високоприбуткових товарів можна мати мінімальні запаси так як це зменшить витрати на їх утримання і забезпечить стабільну наявність для клієнтів. Але при цьому має бути ідеально налагоджений ланцюг постачання товарів.

3. Група АУ містить високоприбуткові, але сезонні товари, а саме товарні групи шорти, куртки тренувальні, худі і рюкзаки. Для цієї групи потрібно забезпечити достатню кількість товару перед початком сезону, розробивши стратегію прогнозування сезонності. Для забезпечення попиту на такі товари в піковий сезон потрібно зберігати достатні їх запаси, і водночас планувати їхнє зниження після закінчення сезону, щоб уникнути затрат на зберігання. Це можна досягти застосовуючи сезонні розпродажі.

4. До групи АЗ належать високоприбуткові та непередбачувані товари, зокрема товарні групи штани, куртки зимові та дощовики. Щоб швидко реагувати на зміни в попиті цих товарів потрібно застосовувати гнучкі стратегії управління їх запасами. Також ці товари потребують постійного відстеження та аналізу їх попиту, щоб пристосовувати запаси відповідно до змін.

5. Група ВХ містить середньоприбуткові товари із стабільним попитом. За результатами розрахунків сюди не належить жодна товарна група. Для товарів цієї групи потрібно використовувати стратегію середніх запасів, щоб забезпечити стабільну їх наявність без перевищення витрат на їх утримання. Також необхідно

регулярно переглядати та оновлювати рівень запасів товарів групи ВХ, щоб відповідати змінам у попиті та умовах ринку.

6. Товари у групі ВУ, а саме товарні групи шкарпетки та гетри характеризуються достатньою прибутковістю і середньою стабільністю продажів тому потрібно збільшити запас цих товарів проаналізувавши попит на них в залежності від сезону. Для товарів цієї групи можна застосовувати динамічні стратегії управління запасами, щоб відповідати змінам в попиті та сезонним коливанням.

7. До товарів групи ВZ належать товари із середньою прибутковістю але низькою стабільністю їх продажів, зокрема товарні групи майки, кросівки, жилети та термобілизна. Попит на такі товари потрібно постійно відстежувати та аналізувати, щоб швидко реагувати на його зміни та мати необхідний страховий запас.

8. Товари групи СХ характеризуються низькою прибутковістю, але стабільним попитом. За результатами розрахунків сюди не належить жодна товарна група. Щоб зменшити витрати на утримання запасів з групи СХ потрібно забезпечити їх мінімальні запаси. Товари цієї групи треба періодично переглядати та оновлювати їх запаси, щоб відповідати змінам у попиті та умовах ринку.

9. До товарів групи СУ належать середньоприбуткові товари із сезонним попитом на них, а саме рукавички флісові. Планувати їх запаси треба таким чином, щоб мати достатню кількість товарів перед початком сезону, але уникати надмірного їх запасу після його закінчення.

10. Товари групи СХ характеризуються низькою прибутковістю і низьким рівнем прогнозування попиту. Сюди увійшли такі товарні групи як рукавички воротаря, водолазки, поло, бинти та реглани. Такі товари мають періодично переглядатись на предмет виключення із асортименту. Також потрібно не допускати надлишку запасів товарів цієї групи.

Незалежно від групи до якої належить товар, важливо забезпечити баланс між наявністю товарів та затратами на їх утримання. Регулярне оновлення та підбір стратегій управління запасами допоможе максимізувати ефективність управління

запасами та прибутковість бізнесу а також підтримувати задоволення клієнтів [50, с.1330].

Приведемо декілька методів управління запасами, які можна використовувати для різних асортиментних груп товарів:

1. Метод Just-in-Time (JIT). Використання JIT дозволяє підтримувати мінімальні запаси товарів, замовляючи їх тільки в той момент, коли вони дійсно потрібні. Це допомагає зменшити витрати на утримання зайвих запасів, а також уникнути ризику застарілих або неактуальних товарів [51, с.28]. Цю стратегію доречно застосовувати для груп товарів AX, BX та CX тому, що ці товари характеризуються стабільним попитом. Товари з класу Y також можуть бути підходящими для методу JIT, оскільки вони характеризуються помірним рівнем попиту та відносно низькою важливістю для бізнесу. Проте необхідно враховувати, що товари з класу Y мають коливання в попиті, які можуть ускладнити впровадження JIT.

2. Використання систем точного прогнозування попиту. Такі системи використовують передові програмні засоби для аналізу історичних даних, трендів ринку та інших факторів для точного прогнозування попиту на товари. Це дозволяє компанії замовляти товари відповідно до прогнозів, мінімізуючи ризик нестачі або надмірного запасу. Такий підхід найбільш доцільно застосовувати для груп товарів AX, BX, CX, які мають стабільні продажі і високий ступінь прогнозованості продажів.

3. Метод EOQ (Economic Order Quantity). Цей метод визначає оптимальний розмір замовлення, який мінімізує загальні витрати на управління запасами, включаючи витрати на утримання запасів та витрати на замовлення. [52]. Найбільш доцільно застосовувати для груп товарів, які характеризуються стабільним попитом із середньою або високою важливістю для бізнесу. Це групи товарів AX та BX. Ефективність методу EOQ найвища в ситуаціях, коли можна точно визначити оптимальний розмір замовлення. Деякі групи товарів з класу Y, які мають сезонний попит із середньою важливістю, також можуть бути

підходящими для застосування методу EOQ. Однак необхідно враховувати, що коливання в попиті можуть впливати на ефективність методу EOQ, тому важливо провести додатковий аналіз перед впровадженням.

4. Метод середніх запасів. Цей метод полягає в підтриманні стабільної кількості запасів, яка відображає середнє значення попиту протягом певного періоду. Найбільше він підходить до оптимізації запасів групи ВХ та СХ. Цей метод використовує попередні дані про продажі та замовлення для визначення середньої кількості товарів, яку слід мати на складі.

5. Метод мінімальних запасів. Цей метод ґрунтується на тому, щоб завжди мати мінімальну кількість запасів для кожного товару, необхідного для задоволення попиту. Бажано уникнути перевищення цієї мінімальної кількості, щоб не займати місце на складі. Такий метод підходить для управління запасами групи СХ, АЗ, ВЗ та СЗ які характеризуються низькою прибутковістю та непередбачуваністю попиту.

6. Метод прогнозування сезонного попиту. Цей метод використовує попередні дані про продажі та тренди ринку для розробки точного прогнозу сезонного попиту на товари. При цьому потрібно враховувати фактори, такі як дати сезонних акцій, святкові періоди та інші події, які можуть впливати на попит на товари. Такий метод найбільш підійде для груп товарів АУ, ВУ, СУ для яких потрібно враховувати сезонні коливаннями попиту та забезпечити належний рівень наявності товарів під час пікового сезону.

7. Стратегія попереднього запасу. Ця стратегія полягає в тому, щоб перед початком сезону поповнити запаси товарів для забезпечення їх достатньої кількості під час пікового попиту, також можливості швидко реагувати на збільшений попит без дефіциту товарів. Така стратегія добре підходить для груп товарів АУ, ВУ, СУ із сезонними коливаннями попиту.

8. Метод диференційованого управління запасами. Цей метод полягає в поділі групи товарів на підгрупи відповідно до їхнього рівня популярності або привабливості для клієнтів. Для кожної підгрупи потрібно застосовувати різні

стратегії управління запасами, враховуючи їхню унікальну динаміку попиту та сезонність. Такий метод доречний для груп товарів AY, AZ, BY, BZ, CY, CX, CZ тобто для сезонних та товарів із низькою прибутковістю.

Підібравши підходящий метод управління запасами компанія може ефективно управляти запасами, зменшуючи ризики і витрати на їх утримання запасів та максимізуючи задоволення клієнтів [53, с.308].

Для управління товарними запасами ТОВ «Іппон-шифт» рекомендується використовувати декілька із вище перерахованих методик. Для товарної групи AX, а саме товарної групи футболки рекомендується застосовувати метод Just-in-Time так як ці товари мають стабільний і прогнозований попит. Щоб цей метод ефективно працював потрібно налагодити ідеальний ланцюг поставок товару групи AX. Враховуючи те, що ТОВ «Іппон-шифт» має досить багато товарів, які належать до груп із сезонним попитом на товари, а саме групи AY, BY, CY, зокрема товарні групи шорти, куртки тренувальні, худі, рюкзаки, шкарпетки, гетри та рукавички фліс, доцільним є застосування методу прогнозування сезонного попиту та стратегії попереднього запасу. Для товарів класу Z із непрогнозованим попитом, а саме товарних груп штани, куртки зимові, дощовики, майки, кросівки, жилети, термобілизна, рукавички воротаря, водолазки, поло, бинти і реглани доцільно застосовувати метод мінімальних запасів.

3.3 Результативність впровадження запропонованого проекту

Застосування інтегрованого ABC-XYZ-аналізу як елементу системи інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт» можна зобразити на рис.3.2.

Для проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу за запитом адміністративного ядра компанії потрібна інформація насамперед від відділу

бухгалтерії та системи складського обліку. Відділ бухгалтерії надає наступну інформацію:

1. Дані про обсяг продажів кожного товару за певний період часу.
2. Інформація про вартість товарів.
3. Кількість проданих товарів.
4. Інформація про витрати на зберігання запасів, транспортування, страхування та інші витрати, пов'язані з управлінням запасами, також є важливою для проведення ABC-аналізу.
5. Інформація про попередні дані щодо попиту на товари, які допоможуть в проведенні XYZ-аналізу і визначенні рівня непередбачуваності попиту на кожний товар.



Рисунок 3.2 – Оновлена система інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт» після проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу

Джерело: сформовано автором

Отже, відділ бухгалтерії відіграє ключову роль у наданні фінансової та облікової інформації, необхідної для проведення ефективного інтегрованого ABC-XYZ-аналізу.

Відділ складського обліку також надає важливу інформацію для проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу:

1. Інформація про кількість кожного товару, яка знаходиться на складі. Ці дані допоможуть визначити, які товари є найбільш важливими з точки зору обсягу запасів.
2. Дані про видачу товарів зі складу і отримання нових партій товарів. Вони допоможуть в оцінці оборотності запасів та попиту на товари.
3. Дані про час затримки. Це інформація про час, який товари проводять на складі між отриманням і видачою. Вона допоможе визначити, які товари потребують більшого або меншого рівня управління запасами.
4. Інформація про вартість зберігання. Вона включає в себе витрати на зберігання кожного товару, такі як витрати на оренду складу, страховку, оплату праці для персоналу складу тощо. Ці дані допоможуть визначити вартість управління запасами для кожного товару.
5. Інформація про стан товарів на складі, їх якість, термін придатності, можливість пошкодження тощо. Це може бути важливо для визначення рівня ризику та потреби в управлінні запасами для кожного товару.

В свою чергу за результатами проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу відділ бухгалтерії може отримати наступну інформацію:

1. Класифікація товарів за їх важливістю для компанії, що дозволяє бухгалтерії краще розуміти, які товари становлять найбільшу частку в обсязі продажів та витрат.
2. Прогнозована непередбачуваність попиту на товари, що допомагає в управлінні фінансовими ресурсами, плануванні бюджету і уникненні непередбачених витрат.

3. Оптимізація запасів, оскільки інтегрований ABC-XYZ-аналіз допомагає визначити, які товари потребують більшого або меншого рівня запасів для забезпечення ефективної роботи підприємства.

4. Можливість управління витратами шляхом привернення уваги до товарів, які становлять найбільшу частку витрат, а також до тих, які характеризуються великою непередбачуваністю попиту.

Ця інформація може бути важливою для внутрішнього фінансового обліку, бюджетування, планування та стратегічного управління фінансами компанії.

Відділ складського обліку завдяки проведенню інтегрованого ABC-XYZ-аналізу отримує наступну важливу інформацію, що допоможе в управлінні запасами та оптимізації складських процесів:

1. Пріоритетність управління запасами. Відділ складського обліку може використовувати цю інформацію для призначення пріоритетів. Наприклад, товари класу "A" можуть мати більшу увагу щодо оптимізації запасів і швидкої обробки на складі.

2. Прогнозування попиту. Аналіз надає інформацію про прогнозовану непередбачуваність попиту на товари. Відділ складського обліку може використовувати цю інформацію для оптимізації рівня запасів та управління попитом, наприклад, встановлюючи оптимальні запаси безпеки або розробляючи стратегії управління запасами для товарів зі стабільним чи непередбачуваним попитом.

3. Інтегрований ABC-XYZ-аналіз дозволяє менеджеру із закупок ідентифікувати товари, які потребують більшого чи меншого рівня запасів. Це допомагає уникнути надмірного або недостатнього запасу, що може призвести до витрат або втрат.

4. Інформація, отримана від інтегрованого аналізу ABC-XYZ, може бути використана для планування ресурсів, таких як робоча сила та простір на складі. Наприклад, товари з високими оборотами можуть вимагати більшого персоналу для обробки, а товари зі стабільним попитом можуть потребувати меншого місця на складі.

Отже, інтегрований ABC-XYZ-аналіз може надати відділу складського обліку важливу інформацію для планування закупок, ресурсів та зменшення витрат.

Адміністративне ядро компанії також отримує цінну інформацію після проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу, яка допомагає у прийнятті стратегічних рішень:

1. Результати аналізу допомагають у визначенні стратегії управління запасами. Керівництво може приймати рішення щодо того, які товари вимагають більшої уваги та ресурсів для оптимізації запасів.

2. Аналіз допомагає оптимізувати витрати. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси та уникнути надмірного або недостатнього запасу, що може призвести до зайвих витрат [54, с.96].

3. Знання про непередбачуваність попиту на товари дозволяє керівництву приймати заходи для мінімізації ризику. Наприклад, розвиток стратегій запасів безпеки для товарів з високим рівнем непередбачуваності попиту.

4. Результати аналізу допомагають в ефективному управлінні ресурсами, такими як робоча сила та складський простір. Керівництво може вирішувати, які товари вимагають більшого або меншого обсягу ресурсів для їх управління.

5. Інтегрований аналіз допомагає впроваджувати стратегії, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компанії через оптимізацію управління запасами, зниження витрат та підвищення ефективності.

Отже, інформація, отримана в результаті проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу, є важливою для стратегічного управління та прийняття рішень на рівні керівництва компанії.

За результатами інтегрованого ABC-XYZ-аналізу бачимо, що компанія має досить багато товарних груп у низькоприбуткових та категоріях із непередбачуваним попитом BZ, CY, CZ. Враховуючи це пропонуємо деякі товарні групи перевести у більш прибуткові та прогнозовані категорії. Наприклад, товарна група рюкзаки із категорії AY є популярним товаром, що немає сезонності, тому вони є гарним кандидатом у переведення до категорії AX. Їх можна закуповувати

меншими партіями для запобігання залежування на складі при цьому налагодити можливість швидкої доставки. Товарні групи майки і кросівки та шкарпетки із середньоприбуткових категорій BZ та BY також є популярними, тому їх можна перевести у більш прибуткові категорії AZ або AY збільшивши націнку на них. Таким же чином товарні групи поло та реглани можна перевести із низькоприбуткової та непрогнозованої категорії CZ у середньоприбуткову BZ або у категорію із більш прогнозованим попитом CY зменшивши партії поставок і збільшити швидкість доставки.

Товари із низькою прибутковістю і непередбачуваним попитом такі як рукавички фліс, рукавички воротаря, бинти потрібно тримати в наявності з метою забезпечення широкого асортименту. Але при цьому метою компанії повинно бути збільшення частки товарів із високою прибутковістю.

За експертною оцінкою в результаті проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу при тому ж самому об'ємі запасів дохід від реалізації товарів збільшиться на 5% (табл.3.4) Це відбулося за рахунок того, що деякі товарні групи перейшли у більш прибуткові і стабільний сегменти матриці інтегрованого аналізу, а саме товарна група AY перейшла у сегмент AX, товарні групи BZ і BY у AZ або AY, товарна група CZ у BZ або CY.

Відповідно, загальний економічний ефект від впровадження запропонованих змін в управлінні інформаційними потоками щодо закупівель товарних запасів та політики реалізації буде полягати в економії оборотних активів компанії за рахунок скорочення тривалості обороту запасів на 11 днів та вивільнення оборотних коштів за середньорічними балансовими показниками на суму: 208,9 тис.грн.

Товари групи AX, які мають вищий оборот та стабільність попиту, дозволяють підприємству швидше перетворювати запаси в грошові кошти. Це може покращити ліквідність підприємства та зменшити час обороту запасів, що в свою чергу може зменшити ризик зв'язування капіталу [55, с.12]. Постійна наявність в асортименті найбільш затребуваних товарів групи AX може покращити репутацію бренду компанії серед клієнтів, що може привести до залучення нових покупців та збільшення лояльності клієнтів.

Таблиця 3.4 - Показники оборотності запасів ТОВ «Іппон-шифт» за 2023р

Показник	Значення показника за 2023р. - фактичне	Значення показника після зміни товарного сегменту за результатами ABC-XYZ-аналізу - розрахункове	Зміна показника за результатами впровадження змін
Середньорічний обсяг запасів ТМЦ за балансовими показниками, $Z_{\text{ср}}$ тис.грн	6933,85	6933,85	
Обсяг чистої виручки $Q_{\text{рп}}$, тис.грн	10913,07	11458,72	+5%
Коефіцієнт оборотності запасів $KO_3 = \frac{Q_{\text{рп}}}{Z_{\text{ср}}}$	$\frac{10913,07}{6933,85} = 1,57$	$\frac{11458,72}{6933,85} = 1,65$	+0,08
Тривалість обороту запасів, днів $TO_3 = \frac{t_{\text{п}}}{KO_3}$ $t_{\text{п}}$ – тривалість аналізованого періоду, днів	$\frac{365}{1,57} = 232,5$	$\frac{365}{1,65} = 221,2$	в середньому на 11 днів скорочується тривалість 1 обороту складу в цілому по підприємству

Джерело: сформовано автором на основі [39]

Отже, перехід товарних груп у більш прибуткові та стабільні сегменти, а саме АУ у сегмент АХ, товарні групи ВZ і ВУ у сегмент АZ або АУ, товарна група CZ у сегмент ВZ або СУ позитивно вплинуло на прибуток компанії за умови однакової величини запасів, оскільки це призвело до збільшення коефіцієнта оборотності запасів, зменшення тривалості одного обороту та, відповідно, до збільшення ефективності використання оборотних коштів і загального прибутку.

Основний практичний результат від застосування методів ABC та XYZ-аналізу в якості удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу полягає в оптимізації управління запасами та підвищенні ефективності бізнесу на прикладі ТОВ «Іппон-шифт» (м.Київ).

1. Застосовано методи управління запасами магазину спортивних товарів, який полягає у забезпеченні достатнього обсягу товарних запасів для задоволення попиту покупців за умови оптимізації витрат на доставку та утримання товару.

2. Товарні запаси ТОВ «Іппон-шифт» поділено на 20 номенклатурних груп. Проведено ABC-аналіз, який дозволяє класифікувати товари за їх внеском у загальний дохід компанії. ABC-аналіз дозволяє класифікувати товари залежно від їх значимості для бізнесу. Товари класу А, які мають найбільше стратегічне значення, потребують більш уважного управління забезпечення достатньої їх наявності. Також проведено XYZ-аналіз, який дозволяє визначити товари, що мають найстабільніший та товари, які мають непередбачуваний попит. Інтегрований ABC-XYZ -аналіз допоміг визначити найбільш прибуткові товари із найстабільнішим попитом. Це допомагає оптимізувати обсяги запасів і витрати на їх зберігання та уникнути перевантаження складів. Забезпечення належного рівня наявності товарів класу АХ допомагає компанії забезпечувати своїх клієнтів та збільшити їх лояльність.

3. На основі ABC та XYZ-аналізів розроблено інтегровану ABC-XYZ матрицю, яка показує комбінацію цих двох аналізів і дозволяє розподілити товари на 9 категорій. Кожна категорія представляє собою комбінацію значимості товару (ABC) та ступеня його непередбачуваності (XYZ). На основі цього описано рекомендації по управлінню товарами кожної з категорій. Наприклад, високо значимі та непередбачувані товари вимагають більш активного управління запасами та точних методів прогнозування попиту, тоді як низько значимі та передбачувані товари потребують меншої уваги та ресурсів.

4. За результатами інтегрованого ABC та XYZ-аналізу була запропонована заміна менш ефективних товарів груп на більш прибуткові товарні групи, а саме товарна група АУ перейшла у сегмент АХ, товарні групи ВZ і ВУ у AZ або АУ, товарна група CZ у ВZ або СУ. За оцінкою експерта це збільшить дохід від реалізації на 5% тому, що зросте коефіцієнт оборотності запасів і водночас зменшиться тривалість одного обороту. В цілому це буде сприяти підвищенню прибутковості, ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Було розкрито сутність інформації та її значення для бізнесу. В даному дослідженні ми виходимо з того, що «інформація» це зменшення міри невизначеності знань суб'єкта про об'єкт. Сутність інформації полягає в її здатності передавати знання або дозволяти зрозуміти певні аспекти оточуючого світу. Для бізнесу інформація має критичне значення з точки зору прийняття обґрунтованих рішень, конкурентної переваги, ефективного управління ресурсами, такими як людські, фінансові та матеріальні, взаємодії з клієнтами і партнерами та інновацій і розвитку. Описано характеристики та види інформації. Якісними характеристиками інформації є цінність, точність, достовірність, повнота, стислість, оперативність та коректність.

2. Описана загальна характеристика ключових елементів системи інформаційного забезпечення бізнесу, зокрема інформаційних ресурсів, інформаційних технологій, технічних засобів і програмного забезпечення та зацікавлених осіб. Взаємодія між цими елементами полягає в тому, що дані збираються, обробляються, аналізуються за допомогою інформаційних технологій. Далі на основі цих даних формується інформація, з якої створюються аналітичні звіти, які в свою чергу у вигляді знань передаються зацікавленим особам. Кожен елемент є важливим для ефективного інформаційного забезпечення бізнесу. Інформаційна система – це сукупність засобів збору, оброблення, зберігання та передачі інформації кінцевим споживачам. Інформаційні системи є середовщем функціонування інформаційних технологій. Інформація разом із інформаційними системами утворюють інформаційні ресурси. За напрямком отримання інформації про середовище функціонування підприємства інформаційні ресурси поділяються на зовнішні та внутрішні, за способом їх отримання – на власні, отримні із засобів масової інформації та придбані. Інформаційні ресурси за типом зберігання

поділяються на документовані та недоведені. За значущістю вони діляться на стратегічні та операційні.

3. Розглянуто поняття та методи бізнес-аналізу, які використовуються для отримання корисної інформації та прийняття обґрунтованих рішень в контексті необхідного інформаційного забезпечення. В даному дослідженні ми виходимо з того, що бізнес-аналіз підприємства – це комплексне дослідження його діяльності, яке дозволяє дати їй об'єктивну оцінку і виявити недоліки в його роботі. Методи бізнес-аналізу допомагають компанії аналізувати необхідну інформацію та приймати на її основі обґрунтовані рішення для досягнення стратегічних цілей. Кожен з них може бути використаний в різних ситуаціях в залежності від потреб і мети бізнесу. Методами бізнес-аналізу є: ABC-XYZ-аналіз, SWOT-аналіз, діаграма Ішікави, метод «п'яти запитань», мозковий штурм, аналіз на основі КРІ показників, аналіз бізнес-логіки процесу, функціонально-вартісний аналіз та ін.

4. Описана характеристика компанії ТОВ «Іппон-шифт» та середовища її функціонування. Компанія працює в сфері оптової торгівлі більше десяти років та є офіційним дистриб'ютором німецького бренду Яко. Компанія спеціалізується на продажу професійного спортивного одягу, взуття та екіпірування. Надано показники рентабельності діяльності підприємств галузі та безпосередньо ТОВ «Іппон-шифт» за 2017-2021рр. звідки видно, що галузь є досить прибутковою. Також зросли обсяги реалізованих товарів у ТОВ «Іппон-шифт» з 2017р (8 298,57 тис.грн) по 2021р (13 480,45 тис.грн). Найбільшими конкурентами підприємства є компанії Nike та Adidas. ТОВ «Іппон-шифт» є офіційним спонсором футбольних команд «Нива», «Оболонь», «Гірник Спорт».

5. Проведено фінансово-економічний аналіз результатів діяльності ТОВ «Іппон-шифт». Можна відмітити позитивну динаміку показників рентабельності виробничих фондів, рентабельності продукції і рентабельності продажів за останні роки. За результатами горизонтального і вертикального аналізу оборотних активів спостерігається позитивна динаміка обсягу оборотних активів, найбільшу частку з яких займають запаси. Аналіз темпів зміни ресурсних та результативних параметрів ТОВ «Іппон-шифт» у 2020-2022рр. показав деяку негативну тенденцію

до зниження ефективності діяльності товариства, що може бути наслідком погіршення економічної ситуації в країні в наслідок війни. Було застосовано декілька методів бізнес-аналізу, а саме SWOT-аналіз де було описано сильні і слабкі сторони компанії із впливом можливостей і загроз зовнішнього середовища. Також було побудовано бізнес-модель Canvas за О.Остервальд та І.Піньє для визначення ключових елементів бізнес-моделі компанії.

6. Виконано оцінку стану інформаційного забезпечення компанії, що дозволило отримати ряд важливих переваг і визначити, наскільки ефективно та ефективно використовуються інформаційні ресурси в організації. Було описано інформаційні потреби персоналу. Схематично зображено систему інформаційного забезпечення ТОВ «Іппон-шифт», яка складається з таких елементів як адміністративне ядро, бухгалтерський облік, система складського обліку, клієнтський сервіс –магазин, система управління відносинами з клієнтами CRM, інтернет-магазин і електронна комерція, технічна підтримка та безпека. Ці елементи пов'язані та комунікують між собою для досягнення цілей організації. Визначено недолік даної системи. Він полягає у нерозвиненості складського обліку. Запропоновано провести ABC-XYZ-аналіз проданих товарів для більш ефективного управління запасами та асортиментом товарів.

7. В якості напрямів удосконалення інформаційного забезпечення діяльності підприємства запропоновано такі методи бізнес-аналізу як ABC та XYZ-аналізи, а також їх поєднання. Товарний асортимент компанії «Іппон-шифт» було поділено на 20 товарних груп. ABC-аналіз допомагає визначити товари за їх значущістю у відсотковому співвідношенні до загального обсягу продажів. За результатами ABC-аналізу товарні групи поділені на три категорії: А із часткою 80% товарообороту, В – 15%, С – 5%. XYZ-аналіз допомагає класифікувати товари за передбачуваністю їх попиту. Для поділу товарних груп на три категорії ми використали значення коефіцієнту варіації проданих товарів. До категорії Х відносяться товарні групи із коефіцієнтом варіації менше 20%, до категорії Y – від 20% до 50% та до категорії Z – 50% і більше. Поєднання методів ABC та XYZ-

аналізів дає дозволяє визначити, які товари потребують більш пристрасного управління запасами.

8. Було обґрунтовано проект удосконалення інформаційного забезпечення функціонування бізнесу ТОВ «Іппон-шифт». Побудовано матрицю інтегрованого ABC-XYZ-аналізу, у якій кожна товарна група класифікується за двома критеріями одночасно. Матриця дозволяє комбінувати ABC та XYZ методи аналізу та дає можливість визначити оптимальні стратегії управління запасами для кожного класу товарних груп виходячи з їх характеристик, що в кінцевому випадку допомагає знизити витрати та покращити обслуговування клієнтів. Було запропоновано декілька методів управління запасами із рекомендаціями до яких класів товарних груп їх доцільніше застосовувати, а саме: метод Just-in-time (JIT), системи точного прогнозування попиту, метод Economic Order Quantity (EOQ), метод середніх запасів, метод мінімальних запасів, метод прогнозування сезонного попиту, стратегія попереднього запасу, метод диференційованого управління запасами. Для ТОВ «Іппон-шифт» надано рекомендації при виборі методів управління запасами в залежності від категорії товарної групи, а саме: метод Just-in-time, методу прогнозування сезонного попиту, стратегія попереднього запасу а також метод мінімальних запасів.

9. Оцінено результативність впровадження запропонованого проекту. Інтегрований ABC-XYZ-аналіз був представлений як елемент системи інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппон-шифт» та описано його взаємодію із іншими елементами системи. За результатами інтегрованого ABC-XYZ-аналізу було рекомендовано товарні групи із низькоприбуткових та класів із непередбачуваним попитом перевести у більш прибуткові передбачувані категорії шляхом збільшення націнки на товар та зменшення партій поставок. В результаті цього ми отримали нові показники доходу, коефіцієнту оборотності та тривалості одного обороту запасів. Обсяг чистої виручки зріс на 5%, коефіцієнт оборотності запасів збільшився на 0,08, тривалість 1 обороту складу скоротилась в середньому на 11 днів в цілому по підприємству та відбулося вивільнення оборотних коштів за середньорічними балансовими показниками на суму: 208,9 тис.грн.

Внаслідок застосування запропонованих методів управління запасами в якості удосконалення інформаційного забезпечення функціонування ТОВ «Іппоншифт» збільшилась ефективність використання оборотних коштів і зріс загальний прибуток компанії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Линьов К.О. Інформаційне забезпечення державного управління та державної служби. Київ: Державна фіскальна служба України, 2016. 42 с.
2. Миколюк О.А., Бобровник В.М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. №3. С. 48-52.
3. Кузнєцова Т.В., Красовська Ю.В., Подлевська О.М. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. Рівне: НУВГТП, 2017. 196 с.
4. Захарова І.В., Філіпова Л.Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності: навч. посіб. Київ: Видавництво «Центр учбової літератури», 2013. 336с.
5. Кульцький С.П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 224 с.
6. Гудзенко Н.М., Коваль Н.І., Плахтій Т.Ф. Вплив інформаційних потреб користувачів на структуру та наповнення фінансової звітності. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. №5. С.102-113.
7. Костинюк Н.М. Інформаційне забезпечення як основний чинник інноваційного розвитку підприємства. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка*. 2015. №730-731. С. 88-90.
8. Щербак В.Г., Ільїна А.О. Інформаційне забезпечення управління підприємством. II всеукраїнська наукова Інтернет-конференція «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи». 2018. С. 396-401.
9. Денисенко М.П., Колос І.В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством. *Економіка та держава*. 2006. № 7. С. 19-24. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22141/1/Kolos-2006-2.pdf>. (Дата звернення 20.12.2023).

10. Маслак О.І., Коробкова І.В. Інформаційне забезпечення процесу управління стратегічною стійкістю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 4. С. 23-25.
11. Босак І.П., Палига Є.М. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект. *Регіональна економіка*. 2007. № 4. С. 193 — 195.
12. Коптєва Г.М. Інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємства торгівлі. *Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. №4(115). С.85-90.
13. Колєчкіна Л.М. Устенко А. Удосконалення діяльності інформаційної служби організації. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації. Збірник матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 19-20 березня 2015 р. під заг.ред. В.Г. Спрінсяна. Одеса. 2015. С. 142-147. URL: <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/5653>. (Дата звернення 22.12.2023).
14. Зубок М. І. Інформаційна безпека в підприємницькій діяльності. Київ: ГНОЗІС, 2015. 216 с.
15. Пурій Г.М. Інформаційні системи і технології в управлінні діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. №6. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7127>. (Дата звернення 22.12.2023).
16. Іванюта Т.М. Інформаційне забезпечення в системі економічної безпеки підприємства. Автореф. дис. кандидата екон. наук. НУХТ, 2014. 21 с.
17. Корнєв Ю.Г. Інформаційне забезпечення розвитку підприємницької діяльності. *Вісник НАН України*. 2008. №5. С. 24-31.
18. Подвисоцький Я.О. Дослідження інформаційних ресурсів фінансової установи та загроз їх цілісності. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. Вип. 32. 772 с.
19. Боженко О.М. Інформаційне забезпечення управління потенціалом підприємства. *Наукові записки*. 2016. №2(53). С.189-197.

20. Цюцюпа С.В. Управління інформацією в системі забезпечення економічної безпеки підприємства. Автореф. дис. кандидата екон. наук. УЕіП «КРОК», 2016. 24 с.

21. Про науково - технічну інформацію: Закон України: за станом на 19 квітня 2014 р. Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України. 25.06.1993. №3322. - XII зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12#Text>. (Дата звернення 22.12.2023).

22. Плєскач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах. Київ: Знання, 2011. 718 с.

23. Жигалкевич Ж.М., Онопко А.С. Інформаційні технології в управлінні підприємством. 2016: *Сучасні підходи до управління підприємством*. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/92359> (Дата звернення 22.12.2023).

24. Крайчук С.О. Стан запровадження інформаційних технологій в управлінні сучасними підприємствами. *Ефективна економіка*. 2016. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4892> (Дата звернення 22.12.2023).

25. Пліско І.М. Інформаційні технології та їх вплив на підвищення ефективності діяльності підприємств малого бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. №2(6). С. 154-159.

26. ДСТУ 2938-94 Основні поняття. Терміни та визначення. (стандарт скасовано 1 квітня 2021 р.).

27. Шведа Н.М. Бізнес-аналітика: Конспект лекцій. Для студентів усіх форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент» та 8.03060101 «Менеджмент організацій та адміністрування». Тернопіль: ТНТУ ім.І.Пулюя, 2016. 70 с.

28. Кухаренко Л. Ефективний SWOT-аналіз: що це таке, матриця та найкращі приклади для різних ніш бізнесу. URL: <https://ua.weblium.com/blog/efektivnij-swot-analiz-zaporuka-uspihu-vashogo-biznesu-najkrashi-prikladi-dlya-riznih-nish-biznesu>. (Дата звернення 22.12.2023).

29. Головчук О.В. Підходи, принципи та інструменти концепції TQM в реалізації європейського вектору розвитку вітчизняних машинобудівних

підприємств. *Науковий журнал Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. №2. Том 2. С. 296-300.

30. Зосим М. Методика 5 Чому (5 Whys metod). URL: <https://www.maxzosim.com/5-whys/>. (Дата звернення: 20.12.2023).

31. Тюленєва Ю.В., Майстренко Н.В. Застосування методу ABC-XYZ-аналізу під час управління логістичними процесами аграрного підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. №20. С. 598-603.

32. Кочерга Є. В. «Мозковий штурм» як ефективний метод навчання. *Вісник Науково-методичного центру навчальних закладів сфери цивільного захисту*. 2017. №27. С. 35-38.

33. Ковальчук Т.М., Вергун А.І. Теоретико-методологічні аспекти аналізу бізнес-процесів як функції управління. *Економічний аналіз*. 2017. № 4. Том 27. С.219-224.

34. Апарова О.В. Важливість процесу планування та організації створення нового товару в маркетингу інновацій. *Причорноморські економічні студії*. 2018. №28-1. С.117-121.

35. Господарський Кодекс України: за станом на 16 січні 2003р. Верховна Рада України. Офіц.вид. Офіційний вісник України. 2003. №11. Ст. 55.

36. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>. (Дата звернення: 20.12.2023).

37. Офіційний сайт Професійної футбольної ліги України. URL: <http://pfl.ua>. (Дата звернення: 20.12.2023).

38. Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аналізу, аудиту, звітності і оподаткування в умовах євроінтеграції: монографія [Г.М. Колісник та ін.]; за ред. д.е.н., проф. Колісник Г.М. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2021. 274 с.

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

40. Остервальдер О., Ів Піньє. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного. Київ: Наш формат, 2017. 288 с.

41. Кравченко М.О., Сидорчук В.В. Практичні підходи до бізнес-моделювання інноваційних проєктів. *Економічний простір*. 2020. №160. С.65-72.
42. Матвійчук А., Щербак В.Г., Ільїна А.О. Інформаційне забезпечення діяльності управління персоналом. *II всеукраїнська наукова Інтернет-конференція «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*. 2018. С. 313-320.
43. Жук В.М., Попко Є.Ю., Шендерівська Ю.Л. Бухгалтерський облік: перегляд предмету і назви професії. *Облік і фінанси*. 2020. №1(87). С.36-44.
44. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. №3(17). С. 76-80.
45. Завсєгдашня І.В., Рубан С.А., Филипова І.О. Інформаційна система управління товарними запасами для умов малого бізнесу у сфері E-commerce. *Гірничий вісник*. 2020. №108. С. 44-50.
46. Збірка практичних завдань з нормативної дисципліни «Маркетингова товарна політика» для студентів напряму 6.030507 «Маркетинг»/ Укладачі: К.П. Пілова. – Д.: НГУ, 2015. 28 с.
47. Руденко І. В., Польова Т. В., Твердохліб К. О. Аналіз раціональності формування матеріальних оборотних активів підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. №15. С.198-205.
48. Роганова Г. Застосування ABC- ТА XYZ-Аналізу до управління товарними запасами ювелірної продукції. *Економіка*. 2010. №6(106). С.56-64.
49. Дунська А.Р., Башкіна А.С. Порівняльний аналіз методів управління оптимізацією товарного асортименту підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. №13. С.91-96.
50. Полянська О.А., Чабанюк О.М., Кондрич С.В. Управлінський облік товарних запасів: напрями удосконалення методики. *Економіка і суспільство*. 2018. №19. С.1325-1333.

51. Недбалюк О.О. Концепція «JUST IN TIME» як один із основних інструментів управління виробництвом. *Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук*. 2018. С.27-30.
52. Rachel Hand. Economic order quantity: how can EOQ help you minimize costs and save space. URL: <https://www.shipbob.com/blog/economic-order-quantity>. (Accessed:07.05.2024).
53. Бобиль В., Пікуліна О., Мовчан М. Сучасні методи аналізу та управління виробничими запасами. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2020. № 4. С.304-310.
54. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Менеджмент товарних запасів торговельних підприємств. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2020. №5. С.90-97.
55. Вареник В.М., Резцова М.І. Управління запасами підприємства: теоретичні та практичні аспекти. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2018. № 1(24). С. 5-16.

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство

Дата(рік,місяць,число)

Коди

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"

за ЄДРПОУ

2018 01 01

36197321

Територія Солом'янський рн

за КОАТУУ

8038900000

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

за КОПФГ

240

Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям

за КВЕД

46.42

Середня кількість працівників, осіб 6

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон 03151, КИЇВ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308

5037347

1.Баланс на 31 грудня 2017 р.

Актив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	2,4	1,4
первісна вартість	1011	61,5	61,5
знос	1012	(59,1)	(60,1)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	2,4	1,4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	468,9	1 038,3
у тому числі готова продукція	1103	468,9	1 038,3
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	150,3	9,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	57,4	26,0
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	40,6	52,8
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	76,1	360,9
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	0,2	13,6
Усього за розділом II	1195	793,5	1 501,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	795,9	1 502,9

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	65,0	5 065,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(466,1)	(372,1)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(3 740,0)
Усього за розділом I	1495	(401,1)	952,9
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	933,5	523,0
розрахунками з бюджетом	1620	12,1	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	11,0	-
розрахунками зі страхування	1625	1,2	9,7
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	250,2	17,3
Усього за розділом III	1695	1 197,0	550,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	795,9	1 502,9

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2017

		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	8 302,2	2 241,8	
Інші операційні доходи	2120	177,3	-	
Інші доходи	2240	1,3	207,5	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	8 480,8	2 449,3	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 499,2)	(2 000,5)	
Інші операційні витрати	2180	(886,8)	(387,8)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(8 386,0)	(2 388,3)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	94,8	61,0	
Податок на прибуток	2300	(17,1)	(11,0)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	77,7	50,0	

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

ЕЦП Бруньова
Т.В.

Бруньова Тетяна Володимирівна

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди
Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"	за ЄДРПОУ	2019 01 01
Територія Соломянський р-н м.Києва	за КОАТУУ	36197321
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	8038900000
Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям	за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб 6		46.42
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком		
Адреса, телефон 03151, КИЇВ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308		0445037347

1.Баланс на 31 грудня 2018 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	0,6	70,0
первісна вартість	1011	60,7	139,3
знос	1012	(60,1)	(69,3)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	0,6	70,0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 037,1	2 492,5
у тому числі готова продукція	1103	1 037,1	2 492,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5,1	259,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	26,1	118,3
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	17,1
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5,1	2,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	360,9	788,8
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	2,7	0,2
Усього за розділом II	1195	1 437,0	3 661,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1 437,6	3 731,7

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 000,0	5 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(410,7)	(147,9)
Неоплачений капітал	1425	(3 740,0)	(2 220,0)
Усього за розділом I	1495	849,3	2 632,1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	523,0	981,4
розрахунками з бюджетом	1620	-	40,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	40,7
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	65,3	77,5
Усього за розділом III	1695	588,3	1 099,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	1 437,6	3 731,7

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2018

		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	6 472,4	8 302,2	
Інші операційні доходи	2120	134,9	177,3	
Інші доходи	2240	-	1,3	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	6 607,3	8 480,8	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(5 240,5)	(7 499,2)	
Інші операційні витрати	2180	(1 046,3)	(886,8)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(6 286,8)	(8 386,0)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	320,5	94,8	
Податок на прибуток	2300	(57,8)	(17,1)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	262,7	77,7	

Керівник

Головний бухгалтер

ЕП Бруньова Тетяна Володимирівна

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

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		
		2020	01	01
Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"	за ЄДРПОУ	36197321		
Територія <u>Соломянський рн міста Києва</u>	за КОАТУУ	8038900000		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	240		
Вид економічної діяльності <u>Оптова торгівля одягом і взуттям</u>	за КВЕД	46.42		
Середня кількість працівників, осіб <u>6</u>				
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>				
Адреса, телефон <u>03151, КИЇВ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308</u>		0445037347		

I. Баланс на 31 грудня 2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітної року		На кінець звітної періоду
		2	3	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	-
первісна вартість	1001	-	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	-
Основні засоби :	1010	70,0	63,3	
первісна вартість	1011	139,3	170,7	
знос	1012	(69,3)	(107,4)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-	-
Усього за розділом I	1095	70,0	63,3	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	2 492,5	3 987,5	
у тому числі готова продукція	1103	2 492,5	3 987,5	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	259,5	55,5	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	118,3	218,2	
у тому числі з податку на прибуток	1136	17,1	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2,4	65,6	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	788,8	558,2	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	-
Інші оборотні активи	1190	0,2	5,4	
Усього за розділом II	1195	3 661,7	4 890,4	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	-
Баланс	1300	3 731,7	4 953,7	

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 000,0	5 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(147,9)	142,3
Неоплачений капітал	1425	(2 220,0)	(1 730,0)
Усього за розділом I	1495	2 632,1	3 412,3
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	981,4	1 539,1
розрахунками з бюджетом	1620	40,7	0,5
у тому числі з податку на прибуток	1621	40,7	-
розрахунками зі страхування	1625	-	1,8
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	77,5	-
Усього за розділом III	1695	1 099,6	1 541,4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	3 731,7	4 953,7

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2019 _____ 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	9 211,4	6 472,4	
Інші операційні доходи	2120	777,6	134,9	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	9 989,0	6 607,3	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 949,0)	(5 240,5)	
Інші операційні витрати	2180	(1 686,1)	(1 046,3)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(9 635,1)	(6 286,8)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	353,9	320,5	
Податок на прибуток	2300	(63,7)	(57,8)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	290,2	262,7	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП БРУНЬОВ
ВАЛЕНТИН
ВІКТОРОВИЧ

Бруньов Валентин Вікторович

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

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)

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"

за ЄДРПОУ

Територія Солом'янський район м.Києва

за КОАТУУ

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

за КОПФГ

Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям

за КВЕД

Середня кількість працівників, осіб 5

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон 03151, Київ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308

Коди		
2021	01	01
36197321		
8038900000		
240		
46.42		

0683057946

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
І. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	-	-
первісна вартість		1001	-	-
накопичена амортизація		1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції		1005	-	-
Основні засоби :		1010	63,3	36,7
первісна вартість		1011	170,7	170,7
знос		1012	(107,4)	(134,0)
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції		1030	-	-
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом І		1095	63,3	36,7
ІІ. Оборотні активи				
Запаси :		1100	3 987,5	5 368,5
у тому числі готова продукція		1103	3 987,5	5 368,5
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	55,5	133,4
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом		1135	218,2	259,2
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість		1155	65,6	331,7
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти		1165	558,2	1 061,6
Витрати майбутніх періодів		1170	-	-
Інші оборотні активи		1190	5,4	21,2
Усього за розділом ІІ		1195	4 890,4	7 175,6
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	4 953,7	7 212,3

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	5 000,0	8 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	142,3	305,0
Неоплачений капітал	1425	(1 730,0)	(3 098,0)
Усього за розділом I	1495	3 412,3	5 207,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1 539,1	2 005,3
розрахунками з бюджетом	1620	0,5	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	1,8	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	1 541,4	2 005,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	4 953,7	7 212,3

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2020 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	9 665,3	9 211,4	
Інші операційні доходи	2120	115,3	777,6	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	9 780,6	9 989,0	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(8 153,7)	(7,0)	
Інші операційні витрати	2180	(1 428,5)	(1 686,1)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(9 582,2)	(1 693,1)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	198,4	8 295,9	
Податок на прибуток	2300	(35,7)	(63,7)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	162,7	8 232,2	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП БРУНЬОВ
ВАЛЕНТИН
ВІКТОРОВИЧ

Бруньов Валентин Вікторович

(ініціали, прізвище)

(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

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

за КАТОТТГ¹

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2022	01	01
36197321		
UA80000000000980793		
240		
46.42		

Територія Соломянський рн м.Києва

Організаційно-правова форма господарювання ТОВ

Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям

Середня кількість працівників, осіб 6

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон 03151, КИЇВ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308

0683057946

І.Баланс на 31 грудня 2021 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
Первісна вартість	1001	-	-	
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	23,1	
Основні засоби :	1010	36,7	15,9	
первісна вартість	1011	170,7	170,7	
знос	1012	(134,0)	(154,8)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	36,7	39,0	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	5 368,5	5 379,4	
у тому числі готова продукція	1103	5 368,5	5 379,4	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	133,4	178,5	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	259,2	96,5	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	35,7	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	331,7	4,7	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 061,6	1 130,3	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	21,2	1 568,9	
Усього за розділом II	1195	7 175,6	8 358,3	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1200	-	-	
	1300	7 212,3	8 397,3	

Пасив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8 000,0	8 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	305,0	907,2
Неоплачений капітал	1425	(3 098,0)	(769,0)
Усього за розділом I	1495	5 207,0	8 138,2
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 005,3	259,1
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	2 005,3	259,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	7 212,3	8 397,3

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2021 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	13 427,4	9 665,3	
Інші операційні доходи	2120	94,7	115,3	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	13 522,1	9 780,6	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(12 125,0)	(8 153,7)	
Інші операційні витрати	2180	(794,9)	(1 428,5)	
Інші витрати	2270	(-)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(12 919,9)	(9 582,2)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	602,2	198,4	
Податок на прибуток	2300	(108,4)	(35,7)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	493,8	162,7	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП БРУНЬОВ
ВАЛЕНТИН
ВІКТОРОВИЧ

Бруньов Валентин Вікторович

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

за КАТОТТГ¹

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2023	01	01
36197321		
UA80000000000980793		
240		
46.42		

Територія м. КИЇВ Солом'янський район

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям

Середня кількість працівників, осіб 5

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон 03151, КИЇВ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308

0502798910

І.Баланс на 31 грудня 2022 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
І. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
Первісна вартість	1001	-	-	
Накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	23,1	32,9	
Основні засоби :	1010	15,9	22,1	
первісна вартість	1011	170,7	193,8	
знос	1012	(154,8)	(171,7)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом І	1095	39,0	55,0	
ІІ. Оборотні активи				
Запаси :	1100	5 379,4	6 361,2	
у тому числі готова продукція	1103	5 379,4	6 350,9	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	178,5	609,8	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	96,5	11,4	
у тому числі з податку на прибуток	1136	35,7	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4,7	282,1	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 130,3	939,0	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	1 429,7	
Інші оборотні активи	1190	1 568,9	66,6	
Усього за розділом ІІ	1195	8 358,3	9 699,8	
ІІІ. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	8 397,3	9 754,8	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8 000,0	8 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	907,2	1 130,7
Неоплачений капітал	1425	(769,0)	(-)
Усього за розділом I	1495	8 138,2	9 130,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	259,1	293,6
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	-	330,5
Усього за розділом III	1695	259,1	624,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	8 397,3	9 754,8

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2022 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8 712,9	13 427,4	
Інші операційні доходи	2120	18,9	94,7	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	8 731,8	13 522,1	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(7 067,7)	(12 125,0)	
Інші операційні витрати	2180	(1 184,6)	(794,9)	
Інші витрати	2270	(206,9)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(8 459,2)	(12 919,9)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	272,6	602,2	
Податок на прибуток	2300	(49,1)	(108,4)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	223,5	493,8	

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП БРУНЬОВ
ВАЛЕНТИН
ВІКТОРОВИЧ

Бруньов Валентин Вікторович

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)



Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІППОН-ШИФТ"

Територія м.Київ Солом'янський район

Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності Оптова торгівля одягом і взуттям

Середня кількість працівників, осіб 6

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

Адреса, телефон 03151, Київ, вулиця Волинська, 48/50, оф. 308

Дата(рік,місяць,число)

за ЄДРПОУ

за КАТОТГГ 1

за КОПФГ

за КВЕД

Коди		
2024	01	01
36197321		
UA80000000000980793		
240		
46.42		

0502798910

1.Баланс на 31 грудня 2023 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	-	-
Первісна вартість		1001	-	-
Накопичена амортизація		1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції		1005	32,9	53,6
Основні засоби :		1010	22,1	505,9
первісна вартість		1011	193,8	791,8
знос		1012	(171,7)	(285,9)
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції		1030	-	-
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за розділом I		1095	55,0	559,5
II. Оборотні активи				
Запаси :		1100	6 361,2	7 551,3
у тому числі готова продукція		1103	6 350,9	7 516,8
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги		1125	609,8	116,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом		1135	11,4	55,9
у тому числі з податку на прибуток		1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість		1155	282,1	504,9
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти		1165	939,0	1 652,0
Витрати майбутніх періодів		1170	1 429,7	-
Інші оборотні активи		1190	66,6	184,0
Усього за розділом II		1195	9 699,8	10 064,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	9 754,8	10 624,3

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	8 000,0	11 000,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 130,7	1 076,5
Неоплачений капітал	1425	(-)	(2 000,0)
Усього за розділом I	1495	9 130,7	10 076,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	293,6	287,0
розрахунками з бюджетом	1620	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	330,5	260,8
Усього за розділом III	1695	624,1	547,8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	9 754,8	10 624,3

2. Звіт про фінансові результати
за **Рік 2023** 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	28 158,5	8 712,9	
Інші операційні доходи	2120	68,7	18,9	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	28 227,2	8 731,8	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(25 152,6)	(7 067,7)	
Інші операційні витрати	2180	(1 763,1)	(1 184,6)	
Інші витрати	2270	(-)	(206,9)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(26 915,7)	(8 459,2)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	1 311,5	272,6	
Податок на прибуток	2300	(236,1)	(49,1)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	1 075,4	223,5	

Керівник

Головний бухгалтер



БРУНЬОВА
ТЕТЯНА
ВОЛОДИМИРІВНА

БРУНЬОВА ТЕТЯНА ВОЛОДИМИРІВНА

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Додаток Б

№ з/п	товарна група	1 квартал 2023 р.	2 квартал 2023 р.	3 квартал 2023 р.	4 квартал 2023 р.	Підсумок	серед.знач.	значення підкореневого виразу	Коефіцієнт варіації	Коефіцієнт варіації	КВ у %
		Кількість (у базових од.)	Кількість (у базових од.)	Кількість (у базових од.)	Кількість (у базових од.)	Кількість (у базових од.)					
1	Футболки	1168,000	1271,000	1252,000	1123,000	4814,000	1203,500	3662,250	0,050	0,050283778	5,03%
2	Шорти	1605,000	1409,000	2165,000	1040,000	6219,000	1554,750	165285,188	0,261	0,261490793	26,15%
3	Гетри	444,000	340,000	840,000	555,000	2179,000	544,750	34837,688	0,343	0,342631605	34,26%
4	Куртки тренувальна	359,000	799,000	375,000	434,000	1967,000	491,750	32247,688	0,365	0,365178264	36,52%
5	Рюкзаки	184,000	617,000	492,000	383,000	1676,000	419,000	25263,500	0,379	0,379343578	37,93%
6	Рукавички фліс	52,000	100,000	95,000	184,000	431,000	107,750	2286,188	0,444	0,443750284	44,38%
7	Худі	137,000	254,000	67,000	130,000	588,000	147,000	4559,500	0,459	0,459347413	45,93%
8	Шкарпетки	523,000	475,000	1163,000	392,000	2553,000	638,250	93983,688	0,480	0,480325249	48,03%
9	Майки	189,000	107,000	464,000	263,000	1023,000	255,750	17500,688	0,517	0,517263593	51,73%
10	Дошовики	20,000	341,000	537,000	397,000	1295,000	323,750	35850,688	0,585	0,584842557	58,48%
11	Бинти	65,000	139,000	269,000	55,000	528,000	132,000	7309,000	0,648	0,647671892	64,77%
12	Реглани	28,000	13,000	5,000	7,000	53,000	13,250	81,188	0,680	0,680030992	68,00%
13	Рукавиці воротаря	2,000	69,000	178,000	115,000	364,000	91,000	4137,500	0,707	0,706850568	70,69%
14	Жилети	6,000	33,000	85,000	30,000	154,000	38,500	830,250	0,748	0,748417119	74,84%
15	Штани	122,000	1767,000	420,000	935,000	3244,000	811,000	389228,500	0,769	0,769274722	76,93%
16	Кросівки	23,000	89,000	156,000	19,000	287,000	71,750	3138,688	0,781	0,780822166	78,08%
17	Куртки зимові	242,000	22,000	52,000	321,000	637,000	159,250	15837,688	0,790	0,790253529	79,03%
18	Поло	27,000	82,000	142,000	7,000	258,000	64,500	2756,250	0,814	0,813953488	81,40%
19	Термобілизна	34,000	24,000	58,000	177,000	293,000	73,250	3740,688	0,835	0,834964642	83,50%
20	Водолазки	16,000	104,000	28,000	7,000	155,000	38,750	1474,688	0,991	0,991010584	99,10%

