

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

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

МАНОВОЇ АЛІНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ

на тему «ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА»

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Манова А. О.*

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доц.

_____ Наталія ЧУХРАЄВА

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 20__ р. протокол № __

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

Інна РСПІНА

Київ 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1 Видова характеристика ресурсів підприємства	5
1.2 Напрями забезпечення підвищення ефективності ресурсів підприємства	11
1.3 Методичні підходи до оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «Київ-продукт»	20
2.1 Тенденції розвитку підприємства на відповідному ринку.....	20
2.2 Фінансово-економічний аналіз ресурсів підприємства.....	26
2.3 Оцінка результативності використання ресурсів підприємства	33
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ТОВ «Київ продукт».....	42
3.1 Формування бізнес-пропозиції з підвищення ефективності використання ресурсів підприємства	42
3.2 Оцінювання доцільності впровадження запропонованих заходів	48
ВИСНОВКИ	51
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	53
ДОДАТКИ.....	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Актуальність теми. Першочерговою для підприємства стає проблема ефективного використання ресурсів в умовах їх обмеженості. Підвищення ефективності використання ресурсів – це одна з головних умов, що забезпечує розвиток підприємства, сприяє підвищенню його конкурентоспроможності. Це, в свою чергу, дозволяє говорити про необхідність всебічного вивчення підходів і показників оцінювання ефективності використання ресурсів на підприємстві. Оцінка ресурсів необхідна, оскільки, виступаючи передумовою відповідальних рішень, дозволяє впливати на поточний стан і тенденції розвитку підприємства, встановлювати напрями змін, виявляти більш вагомі фактори такого зростання, складати прогнози та плани подальшого вдосконалення процесів відтворення й використання ресурсів підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам використання ресурсів на підприємстві приділяли значну увагу такі вчені як Михайловська О.В., Фергас Н., Гладир С.І., Верхоглядова Н.І., Письменна О.Б., Телегін В.В. Їхні дослідження зосереджено на визначенні сутності ресурсів як економічної категорії, вплив на діяльність та розвиток підприємства, вдосконаленні методики оцінки ресурсного потенціалу підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою є вивчення теоретичних основ щодо використання ресурсів підприємства та підвищення ефективності підприємства за сучасних умов господарювання. Відповідно до зазначеної мети у ході дослідження поставлено та вирішено такі завдання:

- зробити видову характеристику ресурсів підприємства;
- висвітлити методичні підходи до оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства;
- визначити напрями та способи підвищення ефективності використання

ресурсів підприємства;

- дослідити тенденції розвитку підприємства на відповідному ринку;
- зробити фінансово-економічний аналіз ресурсів підприємства;
- оцінити результативність використання ресурсів підприємства;
- сформулювати бізнес-пропозицію з підвищення ефективності використання

ресурсів підприємства;

- зробити оцінку доцільності впровадження запропонованої бізнес-пропозиції.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення підвищення ефективності використання ресурсів на підприємстві ТОВ «Київ-продукт».

Предметом дослідження є теоретико-практичних аспекти щодо підвищення ефективності використання ресурсів підприємства.

Методи дослідження. Проведення необхідних розрахунків для отримання результатів діяльності підприємства.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. У ході підготовки КБР було використано праці українських і закордонних науковців, в яких розглядаються питання ефективності використання ресурсів на підприємстві, характеристики та особливості ресурсів підприємства; вітчизняні Інтернет-ресурси; наукові публікації у періодичних виданнях; офіційний сайт та фінансова звітність ТОВ «Київ-продукт».

Інформаційна база дослідження. У ході підготовки КБР було використано праці українських і закордонних науковців, в яких розглядаються питання ефективності використання ресурсів, характеристики та особливості ресурсів; іноземні та вітчизняні Інтернет-ресурси; наукові публікації у періодичних виданнях; офіційний сайт та фінансова звітність ТОВ «Київ-продукт».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Видова характеристика ресурсів підприємства

В сучасних умовах успішність функціонування підприємства обумовлена широким переліком чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх. Однак, ключовою складовою, яка впливає на ефективність підприємства - раціональне управління ресурсами. Необхідно відзначити, що в економічній теорії і практиці немає загальноприйнятого визначення терміну "ресурси підприємства" та їх складу.

Для кращого розуміння розглянемо трактування та склад ресурсів від різних авторів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Трактування поняття “ресурси”

Автор	Зміст поняття	Класифікація
1	2	3
Телегін В.В.	Ресурси – це елементи економічної системи (матеріальної і нематеріальної форми), які потрібні суб’єкту для досягнення кінцевої мети (цілі), бажаного результату.	- фінансові; - матеріальні (матеріально-технічні); - людські; - інформаційні.
Верхоглядова Н.І., Письменна О.Б.	Ресурси представляють собою сукупність елементів, які можуть бути використаними людиною для життєдіяльності та залученими в процес праці для виробництва різноманітних споживчих вартостей.	- матеріальні; - технічні; - трудові; - фінансові; - інформаційні.
Вовк І.	Ресурси – сукупність природних, виробничо-технічних, організаційних і соціальних факторів.	- матеріальні; - людські; - фінансові; - інформаційні.

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
Гладир С.І.	Під ресурсами підприємства слід розуміти сукупність тих природних, матеріально-технічних, трудових, фінансових, інформаційних, тимчасових сил і можливостей, які використовуються в процесі створення товарів, послуг та інших цінностей.	- природні; - матеріально-технічні; - трудові; - фінансові; - інформаційні.
Фертас Н.	Ресурси – це запаси, цінності, можливості та їх джерела, що є в наявності на підприємстві в певний момент часу та можуть бути залученими за потреби з подальшим ефективним та раціональним використанням відповідно до цілей діяльності підприємства.	- матеріальні; - нематеріальні; - трудові; - фінансові ресурси.
Михайловська О.В.	Економічні ресурси – це ті природні й соціальні сили, що можуть бути залучені у виробництво, у процес створення товарів, послуг та інших цінностей.	- природні; - матеріальні; - трудові; - фінансові.

Джерело: розроблено автором за даними [1; 2; 3; 4; 5; 6]

Проаналізувавши таблицю, можна виділити, що ресурси поділяються на багато ознак:

- матеріальними і нематеріальними;
- базові та похідні;
- промислові, транспортні, комунікаційні, наукові, будівельні, сільськогосподарські та сфери обслуговування;
- застосовані (ресурсний потенціал) та спожиті (поточні виробничі затрати, собівартість продукції);
- поділяються на природні та економічні;
- за ступенем реалізації виділяють функціонуючі, потенційні та умовні.

Також є стратегічні ресурси, вони забезпечують виконання підприємством обраної місії, а тактичні - обраних цілей. Проаналізувавши наведені вище поняття, можна виділити головні групи ресурсів: матеріальні, фінансові, інформаційні та трудові. Вони дають змогу підприємству досягти запланованої мети з максимальною ефективністю. Розглянемо поняття та класифікації кожної групи ресурсів в табл. 1.2.

Розглянемо детальніше. Матеріальні ресурси поділяються за предметом праці та засобами. Вони відрізняються в поведінці та в процесах відтворення, а також можуть перетворюватися в трудові процеси.

Таблиця 1.2 – Класифікація ресурсів підприємства

Група	Поняття
Матеріальні ресурси	Сукупність широкого спектра засобів виробництва, таких як сировина, основні та допоміжні матеріали, напівфабрикати, паливо, енергія, незавершене виробництво, запасні частини, тарні матеріали, комплектуючі вироби, технологічне устаткування та оснащення, інструменти, виробничий та господарський інвентар, а також транспортні засоби.
Фінансові ресурси	Грошовий потік, який перебуває у розпорядженні підприємства та використовуються для виконання фінансових зобов'язань, покриття витрат і заохочення персоналу.
Інформаційні ресурси	Інформація чи знання, що виникають у процесі практичної діяльності підприємства, а також в елементах зовнішнього середовища, який з ним пов'язаний.
Трудові ресурси	Сукупність персоналу підприємства, який розділений на управлінський та виконавчий персонал. Для того щоб підвищити ефективність використання виробничих ресурсів підприємства, управлінський персонал повинен застосовувати систему стимулювання та заохочування, що спрямовує на досягненні ефективної роботи виконавчого персоналу.

Джерело: розроблено автором за даними [7]

Деякі вчені також вказують на наявність нематеріальних ресурсів, які становлять частину потенціалу підприємства і можуть приносити економічні вигоди на тривалий період. Ці ресурси відрізняються від матеріальних тим, що не ґрунтуються на конкретних матеріальних основах для генерації доходів і не мають чіткої прогнозованої прибутковості у виробничому процесі.

Термін "нематеріальні ресурси" охоплює сукупність об'єктів інтелектуальної власності. Розглянемо детально класифікацію нематеріальних ресурсів (рис.1.1).

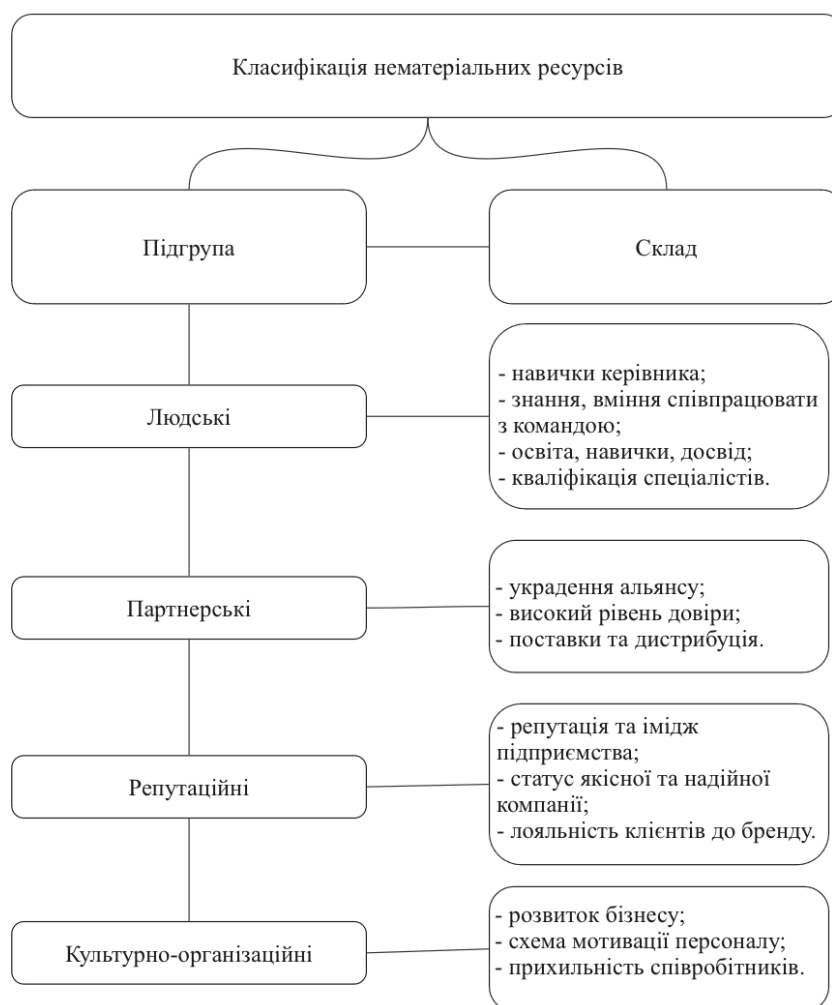


Рисунок 1.1 – Класифікація нематеріальних ресурсів підприємства

Джерело: розроблено автором за даними [8]

Фінансові ресурси поділяються на власні, залучені та позикові кошти. Власні перебувають в обігу підприємства та не мають строк використання. Також складають залишок капіталу після вирахування зобов'язань. Залучені кошти перебувають у обігу, але не належать підприємству. Формуються залучені кошти в кредиторській заборгованості за допомогою системи розрахунків.

За правом власності фінансові ресурси поділяються на:

- власні (приватний, пайовий і акціонерний капітал);
- невідомі (отримані у вигляді позик).

Власні та невідомі фінансові ресурси відіграють важливу роль, тому їх співвідношення важливе для фінансового стану підприємства. Протягом тривалого часу вкладені ресурси в матеріальні, нематеріальні та оборотні активи постійно беруть участь у процесі відтворення. Використані ресурси – витрати, які виражені у грошовій формі та їх розмір вкладений в ціну товару і відшкодовується в процесі одного виробничого циклу [9].

Далі розглянемо інвестиційні ресурси – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які використовуються в об'єкті підприємницької та іншої діяльності. Власні кошти підприємства - це фінансові ресурси, що надходять до підприємства протягом звітного періоду в результаті основної діяльності, а також суми амортизаційних відрахувань з матеріальних та нематеріальних необоротних активів, нарахованих протягом звітного періоду. А позикові – це кошти фінансування господарської діяльності підприємства, які здійснюється за умовами строкового, зворотного та платного природного принципу.

Іноземний капітал, що складається з інвестиційних ресурсів, переважно використовується для реалізації значних інвестиційних проектів підприємства, пов'язаних з їхнім перепрофілюванням, реконструкцією або технічним оновленням. Незважаючи на те, що доступність капіталу на міжнародному ринку досить велика, умови його привласнення вітчизняними суб'єктами господарювання для комерційних цілей обмежені через високий рівень економічного і політичного ризику для іноземних інвесторів [10].

Інформаційні ресурси - це знання та інформація, що виникають в діяльності підприємства та його зовнішньому оточенні. Розвиток інформаційних технологій та глобалізація управлінських систем призводять до необхідності нових управлінських систем, таких як ERP. Об'єднують ці системи управління різними ресурсами

(фінансовими, матеріально-технічними, людськими, активами) підприємства. Отже, інформаційні ресурси є важливими для управління, Тому що вони поєднують інші види ресурсів, які є у системі управління [3].

Трудові ресурси – це персонал, який поділяються: кваліфікація, науковий потенціал та тощо, а також кількісний склад. Отже, для того, щоб підвищити ефективність використання виробничих ресурсів підприємства необхідно застосовувати безліч систем стимулювання персоналу. Це потрібно для того, щоб забезпечити високоефективність праці персоналу. Організаційно-технічний рівень виробництва, ефективне використання техніки, технологій та предметів праці значною мірою визначаються рівнем забезпеченості підприємства робочою силою та її раціональним використанням. Використання трудових ресурсів має високу ефективність у виробництві, що суттєво впливає на обсяг продукції, її вартість та якість. Тому аналіз використання трудових ресурсів є ключовим аспектом комплексного економічного аналізу діяльності підприємства [11].

Звернемо також увагу на природні ресурси, які були виділені Михайловською О.В. та Гладиром С.І. Самі ці ресурси є складовими природи, які можуть бути використані або потенційно використані як засоби виробництва або предмети споживання. Серед них можна відзначити водні, мінеральні, рослинні, тваринні ресурси, а також енергію сонця, вітра та води.

Згідно проведеного дослідження, можна зробити висновок, що ресурси представляють собою комплекс елементів, які необхідні для нормального функціонування підприємства, що використовується в процесі виробництва різноманітних споживчих цінностей. Забезпечення підприємства відповідними ресурсами та їх оптимальне поєднання і використання є ключовими умовами для досягнення ефективної діяльності будь-якої організації [12].

1.2 Напрями забезпечення підвищення ефективності ресурсів підприємства

Підприємства в умовах постійних змін та глобалізації працюють для підвищення ефективності діяльності. Використовують для досягнення мети різні напрями для забезпечення оптимального використання всіх ресурсів. Розглянемо основні напрямки. Вони спрямовані на оптимізацію використання ресурсів у підприємстві.

Економічні напрямки визначають тенденцію фінансово-кредитної системи, рівень відсоткових ставок, обтяжливість податків, інвестиційний клімат та рівень конкуренції - ці аспекти мають найбільший вплив на підприємство у короткостроковій перспективі, і вони є критичними для підвищення продуктивності та ефективності їх поточних операцій.

Технологічні напрямки обирають рівень розвитку технологій, інноваційного розвитку та виробничої бази. Використання яких впливає рівень управління.

Організаційні напрямки визначають покращення інфраструктури, співпраці з науково-дослідницькими установами, впровадження новітніх технологій управління та підвищення кваліфікації персоналу, а також умови праці та рівень закупівельної спроможності населення - ці фактори впливають на рівень продуктивності праці.

Політичні напрямки виявляють політичні рішення держав, щодо участі в різних економічних союзах та митних територіях, квот та ліцензій на імпорт, запровадження тарифів, а також експорт товарів. Що має вплив на макроекономіку та на життєздатність підприємств [13].

Ключовим показником економічної результативності промислових підприємств є система коефіцієнтів рентабельності, які визначаються на основі прибутку, отриманого підприємством. Ці показники відіграють важливу роль у впровадженні економічної політики на промислових підприємствах і є ключовим

інструментом для обґрунтування управлінських рішень з оптимізації витрат ресурсів, вдосконалення цінової політики та підвищення конкурентоспроможності підприємств (рис.1.2).

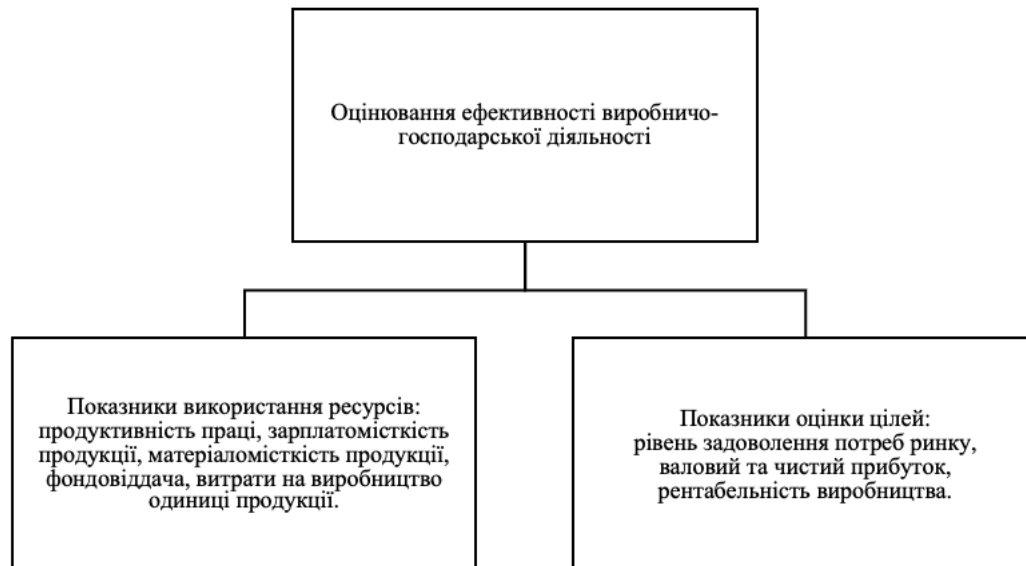


Рисунок 1.2 – Показники оцінювання ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства

Джерело: розроблено автором за даними [14]

Аналіз показників прибутку є важливим для підприємства, оскільки він відображає його діяльність. Економісти зібрали заходи для підвищення ефективності підприємства та розділили їх на три напрями:

1. Оптимізація управління витратами і ресурсами. Вони спрямовані на поліпшення ефективності поточної виробничої діяльності підприємства;
2. Розвиток та удосконалення виробничих та інших процесів. Це включає організацію та впровадження систем управління виробництвом, форми та методи організаційної роботи, покращення планування та стимулювання, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, а також постійне коригування усіх аспектів діяльності відповідно до сучасних вимог;
3. Удосконалення системи управління підприємством та його діяльністю. Це спрямоване на активізацію внутрішніх та зовнішніх факторів [15].

Основна проблема, що впливає на підвищення ефективності роботи підприємства, полягає у забезпеченні оптимального використання кожної одиниці трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, що є ключовою метою. У макроекономічному контексті критерієм ефективності виробництва є підвищення продуктивності суспільної праці.

Протягом постійного виробничого процесу підприємство спостерігає за роботою трьох детермінант: трудових ресурсів, предметів праці й робочої сили. Процес використання наявних виробничих ресурсів передбачає, що працівники підприємства виробляють продукцію зі суспільним значенням або надають різноманітні виробничі та побутові послуги [16].

Основним напрямком для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств є зосередження на ресурсному підході, що передбачає проведення докладного аналізу наявних ресурсів та оптимізацію використання робочої сили. Також відокремити напрям організації, що залежить у покращенні системи управління та пошуку нових. Другим напрямком виділяють вдосконалення системи управління та пошуку можливих напрямків підвищення ефективності процесів [17].

Останнім напрямком є покращення фінансово-економічного показника - технічний. Цей шлях покращує впровадження у виробничий процес сучасного обладнання та технологій, вирішення правових чи організаційних проблем.

Найбільша проблема складається з: матеріального і нематеріального. Пов'язано це з оновленням та покращенням бази технологій. Також є проблема з організаційними та правовими питаннями. Отже, подолання технологічного та кваліфікаційного розриву потребує переходу на новітні технології та впровадження системи взаємовідносин [18].

Необхідно провести аналіз ефективності використання ресурсів, включаючи матеріальні і трудові, з урахуванням використання обладнання, структури виробничих витрат та амортизації. Ці показники слід аналізувати в динаміці та

порівнювати з конкурентами. Одним із ключових завдань для підприємства є підвищення ефективності використання обмежених виробничих ресурсів, можливе за рахунок раніше створених резервів. Таблиця 1.3 містить напрямки підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Таблиця 1.3 – Напрямок підвищення ефективності діяльності підприємства

Напрямок підвищення економічної ефективності	Характеристика
Ресурсний	Використання оборотних засобів Використання основних засобів Ефективність використання трудових ресурсів
Організаційний	Організаційно-правова структура управління Організація виробничо-господарської діяльності на підприємстві
Технологічний	Упровадження сучасних досягнень у сфері техніки і технології Удосконалення наявної техніки і технології

Джерело: розроблено автором за даними [19]

Проаналізувавши таблицю можна виділити основні фактори для підвищення ефективності використання ресурсів на підприємстві, які допоможуть досягти результату:

- автоматизації і механізації процесів;
- енергоефективності;
- оптимізації виробничих процесів;
- управління ланцюгом постачання;
- розвитку персоналу;
- використання інноваційних рішень;
- впровадження стандартів якості;
- моніторингу та аналізу даних.

Використання передових технологій та автоматизація виробничих процесів можуть значно підвищити продуктивність праці та зменшити витрати на ресурси. Аналіз та оптимізація кожного етапу виробничого процесу, які призводять до зменшення втрат матеріалів, енергії та часу. Для зниження витрат на енергію та

підвищення загальної ефективності використання ресурсів необхідно впровадити енергоефективні технології та процеси. Ці заходи сприяють покращенню виробничого процесу та забезпечують оптимальне використання наявних ресурсів.

Отже, ефективне управління є ланцюгом постачання, яке дозволяє оптимізувати запаси та зменшити витрати на логістику. Розвиток та навчання персоналу допоможе покращити навички працівників, що в свою чергу може призвести до більш ефективного використання ресурсів.

Важливим кроком є запровадження систем якості, таких як ISO, які сприяють зменшення відхилень у якості продукції та зниженню витрат на брак. Використання новітніх технологій та інновацій дозволяє оптимізувати процеси та надати конкурентні переваги. Через систематичний моніторинг та аналіз підприємства вчасно виявляють проблемні моменти та знаходять шляхи їх вирішення [20].

Отже, підвищення ефективності використання ресурсів підприємства буває критичним для отримання успіху та конкурентоспроможності підприємства. Фактори, що сприяють цієї мети, включають автоматизацію та оптимізацію виробничих процесів, а також управління ланцюгом постачання. Впровадження інновацій, збільшення енергоефективності та розвиток персоналу, що відіграють важливу роль у забезпеченні оптимального використання ресурсів [21].

1.3 Методичні підходи до оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства

Різноманітні зовнішні та внутрішні чинники впливають на функціонування підприємства. Отже, важливо правильно використовувати виробничі ресурси, які мають вплив на зниження витрат або собівартості продукції. Це сприяє збільшенню прибутковості та ефективності підприємства. Фактори, що впливають на прибуток,

можна умовно поділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори охоплюють природні та транспортні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкові ставки та пільги, штрафні санкції, конкуренцію на ринку тощо. Ці чинники не залежать від самого підприємства, але мають значний вплив на його прибуток [22].

Внутрішні фактори включають виробництво та реалізацію продукції, структуру виробництва, собівартість продукції, якість продукції, цінову політику тощо. Ці чинники можна поділити на виробничі (основні засоби, матеріальні та людські ресурси) та невиробничі (комерційна діяльність).

Розглянемо чинники, які допоможуть покращити величину прибутку – це виробництво та реалізація продукції. Зменшення виробничих обсягів в умовах сучасної економіки, з урахуванням різних протидіючих факторів, такі як зростання цін, неминуче призводить до зменшення обсягу прибутку. Отже, можна зробити висновок, що необхідність у використанні невідкладних заходів для забезпечення збільшення обсягів виробництва з урахуванням технічного оновлення та підвищення ефективності виробництва є наявною. Оптимізація розрахунково-платіжних відносин між підприємствами сприятиме покращенню умов збуту продукції, що сприятиме збільшенню прибутку [23].

Також важливо розглянути – ціну продукції. Ціна встановлюється самим підприємством, але на це впливають деякі фактори. Конкурентоспроможність продукції, попит чи пропозиція на продукцію. Тому ціни на продукцію – чинник, який залежить від підприємства. Але державний контроль цін, не залежать від підприємства, як приклад – це на продукцію підприємства-монополіста. Розглянемо, що саме впливає на ціну: якістю готової продукції, залежить від технічного вдосконалення її виробництва та тощо.

Також рівень собівартості – чинник, який впливає на величину прибутку підприємства. Між прибутковістю та вартістю виробництва існує пряма пропорційна залежність: коли вартість виробництва низька, що обумовлено мінімальними

витратами на виробництво, прибуток зростає та навпаки. Цей фактор у свою чергу піддається впливу різних причин. Тому для аналізу зміни вартості виробництва потрібно виявити чинники, які спричиняють її зменшення або збільшення, з метою розробки заходів для зменшення витрат на виробництво, що в свою чергу сприятиме збільшенню прибутку підприємства [24].

Отже, розглянемо економічні ресурси, які допоможуть досягти підприємству максимального обсягу валової реалізації, відповідно до доходу та прибутку, при мінімальних витратах самих ресурсів. Розглянемо схематично, як виглядають оцінка ефективності використання ресурсів підприємства (рис. 1.3).

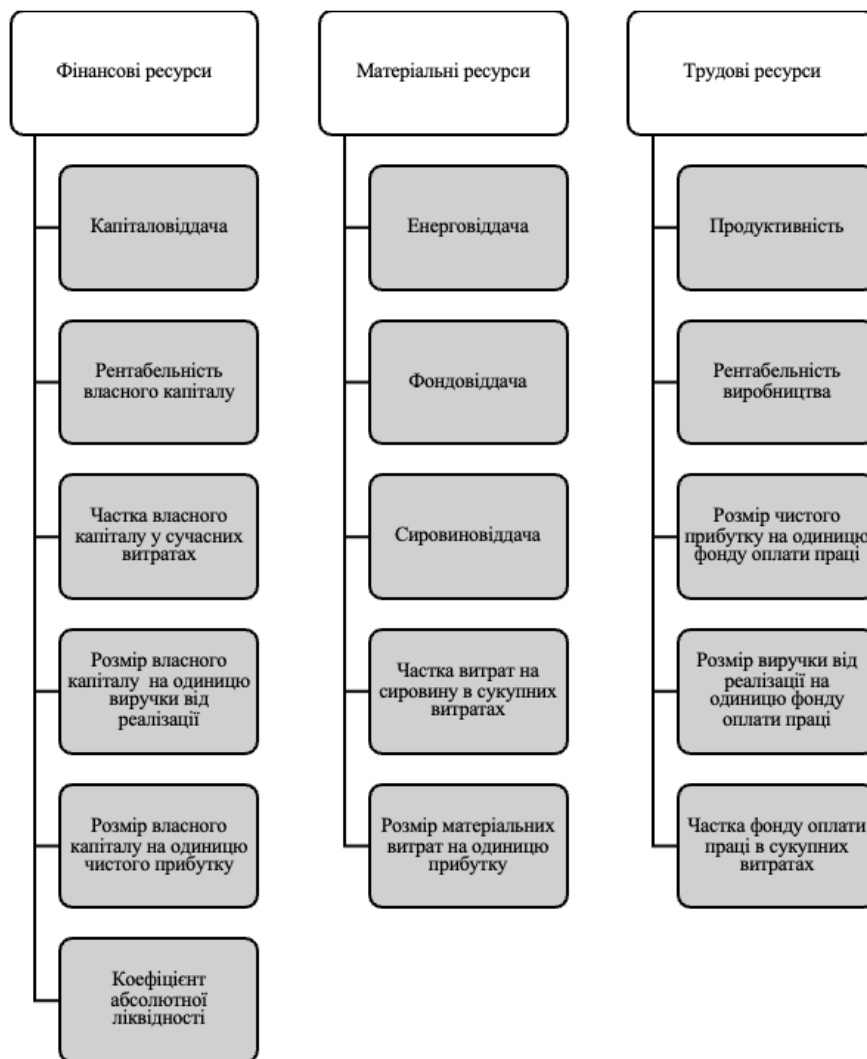


Рисунок 1.3 – Система показників оцінки ефективності використання ресурсів на підприємстві [26]

Фінансові ресурси необхідно слідкувати за віддачою рентабельності та капіталу мають бути максимальними, в той час як частка витрат на власний капітал та розмір витрат на одиницю прибутку повинні бути мінімальними, щоб досягти ефективності.

Матеріальні ресурси повинні максимізувати віддачу фондів, сировини та енергії, а також мінімізувати витрати на одиницю прибутку та частку витрат на сировину для забезпечення оптимального використання ресурсів.

Трудові ресурси потребують максимізації продуктивності праці, рентабельність виробництва та розмір виручки від реалізації на одиницю фонду оплати праці, а також мінімізувати розмір чистого прибутку на одиницю фонду оплати праці й частки фонду оплати праці в сукупних витратах для оптимізації використання трудових ресурсів [25].

Отже, розглянемо причини, які заважають ефективно використовувати ресурси:

- оптимізація фінансових результатів. Завдяки ефективному використанню ресурсів підприємства можуть підвищити свою прибутковість та зміцнити своє фінансове здоров'я;
- підвищення технічного та якісного рівня виробництва. Шляхом ефективного використання матеріальних та людських ресурсів підприємства щоб покращити якість продукції, оптимізувати процеси та впроваджувати технології;
- розширення обсягів виробництва. Збільшення виробничих обсягів може бути досягнуте за рахунок ефективного використання наявних ресурсів без збільшення витрат, що дозволить підприємству розширити свою діяльність без значного збільшення витрат або ризиків;

В сучасних ринкових умовах варто запропонувати підприємству чинники, які можуть збільшити прибуток:

- зменшення витрат на виробництво продукції;
- здійснення заходів щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників. Це може включати навчання працівників новим технікам та методам

роботи, використання передових технологій, стимулювання працівників через систему премій або участі у прибутках компанії. Залучення працівників до процесу прийняття рішень щодо ефективності та продуктивності, що може також позитивно вплинути на мотивацію та результативність роботи колективу;

- побудова довірчих відносин з постачальниками. Передбачає розвиток стійких та взаємовигідних відносин з усіма сторонами у ланцюгу постачання. Це може включати перегляд та узгодження умов співпраці, забезпечення вчасності поставок та якісного обслуговування клієнтів;

- покращення системи маркетингу на підприємстві. Потрібен аналіз ефективності різних товарів або послуг, які пропонує компанія, та упорядкування їх у портфель. Зосередження уваги на найбільш прибуткових продуктах дозволить оптимізувати всі зусилля та максимізувати прибуток;

- постійне проведення наукових досліджень. Ці дані дозволяють компанії адаптуватися до змін у вимогах ринку, розробляти нові продукти та послуги, а також планувати стратегії зростання [27].

Отже, можна зробити висновок, що оцінка ефективності використання виробничих ресурсів є не лише частиною процесу, а і планування виробництва, але й при ключовим елементом успішної діяльності підприємства. Це допомагає підприємству не лише заощаджувати кошти та створювати конкурентні переваги, підвищувати якість продукції та задовольняти потреби споживачів у більш ефективний спосіб.

Тому досягнення ефективного використання ресурсів є важливим завданням для будь-якого підприємства, при цьому прагне досягти успіху та стійкого розвитку у сучасному господарському середовищі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «Київ-продукт»

2.1 Тенденції розвитку підприємства на відповідному ринку

Харчова промисловість є однією з найперспективніших галузей країни за обсягом внутрішнього споживання. Це впливає з ефективного функціонування сільського господарства та значного попиту на продукти харчування. Вона стала однією з ключових галузей, яка забезпечує значний наповнення державного бюджету, оскільки половина внутрішніх бюджетів витрачається на її продукцію. Протягом останнього десятиліття ця галузь відзначається одними з найвищих темпів росту виробництва порівняно з іншими секторами економіки та стабільно займає провідні позиції.

Харчова промисловість має свої характерні особливості, які необхідно враховувати при розробці теоретичних і практичних рекомендацій. Це дозволить вітчизняним виробникам у галузі не лише забезпечити населення України якісною продукцією, але й успішно вийти на зовнішні європейські ринки та привернути увагу як вітчизняних, так і іноземних інвесторів для розвитку галузі.

ТОВ «Київ-продукт» було створено у 2015 р. Компанія - лідер з виробництва арахісових, горіхових та шоколадних паст в Україні. Компанія входимо у п'ятірку виробників високоякісних снєків. Жувальний мармелад та солодоці, що виробляє компанія є унікальними, адже містять вітаміни А, С, Е та виготовлені на основі натуральних соків. Відтак, на момент проведення дослідження ТОВ «Київ-продукт» характеризується такими параметрами діяльності, які представлено у табл. 2.1 [28].

Таблиця 2.1 – Карта експрес-характеристик діяльності ТОВ «Київ-продукт» станом на кінець 2023 р.

Показник	Характеристика
Код ЄДРПОУ	39807317
Форма власності	Товариство з обмеженою відповідальністю (Харчова промисловість)
Перелік засновників юридичної особи.	Якимчук Віталій Юрійович, Луньов Артем Володимирович
Уповноважена особа	Якимчук Віталій Юрійович
Місце знаходження	Україна, місто Київ, вул.Велика Васильківська, будинок 34
Основний вид діяльності	46.38 Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками
Інші види діяльності	46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами. 10.89 Виробництво інших харчових продуктів, н.в.і.у. 46.17 Діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.
Чистий дохід, тис.грн	6 242,3
Численість персоналу, осіб	21
Чистий прибуток (збиток), тис.грн	144,8
Зареєстрований (пайовий) капітал, тис.грн	10,0

Джерело: розроблено автором на основі даних ТОВ «Київ-продукт»

Розглянемо організаційну структуру ТОВ «Київ-продукт» (рис.2.1). Рисунок дає уявлення про складові елементи підприємства, його функціональну структуру та спеціалізацію різних відділів і комплексів. В організаційній структурі підприємства виділяють три основні комплекси – адміністративний, до складу якого входить рада директорів (директор з розвитку, фінансовий директор), фінансово-економічний відділ, бухгалтерія, відділ маркетингу та збуту, юридичний відділ; виробничий – включає 4 структури, а інфраструктурний комплекс – включає 6 структур.



Рисунок 2.1 – Організаційна структура ТОВ «Київ-продукт»

Джерело: розроблено автором на основі даних ТОВ «Київ-продукт»

Для детального аналізу розвитку підприємства проведемо PEST – аналіз підприємства ТОВ «Київ-продукт» (табл. 2.2). Метою PEST-аналізу є відстеження змін макросередовища за чотирма вузловими напрямками і виявлення тенденцій, подій, невідконтрольних підприємству, але здійснюючих вплив на прийняття стратегічних рішень [29].

Можна поглянути, що підприємство стикається з рядом факторів, які варто враховувати в стратегії свого розвитку. Найбільш суттєвими з них є попит на харчові продукти, тренди споживчого ринку та можливості для впровадження нових технологій у виробництво.

Таблиця 2.2 – PEST-аналіз ТОВ «Київ-продукт»

Р (політичні фактори)	Σ балів	Е (економічні фактори)	Σ балів
Зміна законодавства.	4	Попит і пропозиція на харчові продукти.	5
Податкова політика.	3	Інфляція та коливання валютного курсу.	4
Державне регулювання.	3	Рівень безробіття та споживчі витрати на харчові товари	4
Політична стабільність у країні	4	Глобальні економічні тенденції та кон'юнктура ринку.	4
		Зміни в рівні інвестицій у галузь харчової промисловості.	3
			3
S (соціальні фактори)	Σ балів	Т (технологічні фактори)	Σ балів
Демографічні зміни.	3	Інновації в області виробництва та обробки харчових продуктів.	5
Зміна структури доходів.	4	Автоматизація процесів виробництва	3
Активність споживачів	3	Впровадження нових методів обробки та зберігання продуктів.	4
Демографічні зміни	3	Зміни в робочих процесах та автоматизація виробництва.	3
Тенденції у споживанні продукції	3		

Джерело: розроблено автором на основі даних ТОВ «Київ-продукт»

Проведемо аналіз діяльності та розвитку підприємства на ринку. ТОВ «Київ-продукт» має 6 марок з виготовлення різноманітної продукції. Розглянемо детальніше торговельні продукти та продукцію, яку вони виготовлюють.

Побудуємо SWOT-аналіз підприємства (рис. 2.2). Ця матриця використовується для стратегічного аналізу, що допомагає компаніям оцінити їхні внутрішні і зовнішні аспекти, включаючи сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, які можуть впливати на їхню діяльність і конкурентоспроможність. Проведення SWOT-аналізу дозволяє зрозуміти вплив різних факторів на бізнес, що допомагає у формулюванні стратегій [30].

Для ефективного функціонування та розвитку підприємства необхідно використовувати свої сильні сторони для використання можливостей, а також звертати увагу на слабкі сторони, щоб уникнути або пом'якшити наслідки загроз зовнішнього середовища. Крім того, важливо реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, шукаючи нові можливості та вдосконалюючи внутрішні процеси підприємства для забезпечення його стійкості та конкурентоспроможності.

		Зовнішнє середовище	
		Можливості: Розширення партнерської мережі та розвиток нових каналів для продажу; Вдосконалення системи кредитування та фінансового управління; Впровадження нових технологій та обладнання.	Загрози: Конкуренція на ринку; Погіршення економічної ситуації; Технологічні зміни; Негативний вплив екологічних чинників на виробництво та постачання сировини.
Внутрішнє середовище	Сильні сторони: POS продукцію для швидкого просування товарів на ринок;	Наявність партнерської мережі за допомогою націнки для партнерів. Інвестування в розробку нових продуктів або удосконалення. Використання прибутків від високої націнки для інвестування в інноваційні технології.	1. Конкурентоспроможність шляхом розробки унікальних продуктів або послуг, які відповідають потребам ринку. 2. Додали до своєї стратегію ціноутворення. 3. Вплив на екологію шляхом впровадження екологічно чистих технологій та процесів виробництва.
	Слабкі сторони: Недостатня мотивація персоналу; Неправильне спрямування маркетингових програм; Застаріле обладнання.	1. Збільшили мотивацію персоналу за допомогою впровадження програм навчання та розвитку та за допомогою премій. 2. Покращили стратегію маркетингу шляхом проведення додаткового дослідження ринку та аналізу 3. Інвестиції у нове обладнання та технології.	1. Для покращення економічної ситуації в країні, почали збільшувати заробітну плату для персоналу. 2. Модернізація або заміна застарілого обладнання для підтримки виробничих процесів.

Рисунок 2.2 – SWOT-аналіз ТОВ «Київ-продукт»

Джерело: розроблено автором на основі даних ТОВ «Київ-продукт»

«Good Energy» виробляє смажений арахіс, оріхову та арахісову пасту. Головними перевагами є повністю перейнята європейська технологія та іноземна лінія для приготування найкращої продукції.

«Family Choc» виготовляє шоколадно-фундучна паста. Виготовлена виключно з натуральних інгредієнтів.

«Jelly Juice» виготовляє желейні мармеладки. Переваги – це наявність вітамінів А, С, Е та виготовлення на основі натуральних соків.

«Царська рибка» виготовляє снеки. Містить цей продукт тільки натуральну сушену рибу та морепродукти, які зберігають всі корисні вітаміни та мікроелементи.

«Royal Snack» виготовляє сухарики, грінки та багети. Це пшенично-житні сухарики з кращими спеціями, які вироблені за унікальною рецептурою [31].

Як ми бачимо ТОВ «Київ-продукт» має багато торговельних марок, які виготовляють різноманітну продукцію. Кожна з цих марок має свої переваги, в свою чергу це допоможе залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Підприємство ТОВ «Київ-продукт» виявляється в центрі живої конкурентної боротьби, особливо через широкий асортимент продукції. Ринок наповнений різними конкурентами, але навіть серед такого розмаїття продукція підприємства представлена в «Сільпо», «Новус» та «АТБ». Також продукція продається на «Rozetka», «Prom», «TeaKava». Присутність продукції в мережах супермаркетів, а також на популярних онлайн-платформах, свідчить про визнання бренду серед споживачів. Такі канали дозволяють максимально охопити цільову аудиторію та забезпечити стабільні продажі.

Розберемо конкурентів ТОВ «Київ-продукт». Серед виробників арахісової, фундуочної пасти найбільшим конкурентом є компанія «ТОМ». Серед конкурентів з виготовленні желейних мармеладів є «ROSHEN», а із західних виробників – це «Haribo». Головним конкурентом з виготовлення снеків з морепродуктів компанія «Морські» та морепродукти на вагу в супермаркетах. Багато конкурентів в продукції сухариків, грінків та багетів. А також конкурентами є збільшення кількості крафтових бізнесів. Варто докладати зусиль для того, щоб бренд залишався унікальним та здобував довіру споживачів. Використання українських продуктів впроваджує новий тренд, який можна використовувати для просування продукції.

2.2 Фінансово-економічний аналіз ресурсів підприємства

Проведемо фінансово-економічний аналіз ресурсів на підприємстві для визначення ключових складових ефективного управління. Він надає не лише інформацію про поточний стан підприємства на ринку, а й допомагає у формулюванні стратегій для майбутнього розвитку. Для початку проведемо аналіз динаміки фінансових результатів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Фінансові результати ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр., тис. грн

Показник	Рік			Абсолютні зміни, тис. грн.			Темп приросту/зменшення, %		
	2021	2022	2023	2022- 2021	2023- 2022	2023- 2021	2022-2021	2023- 2022	2023- 2021
Чистий дохід	8906,5	4858,8	6242,3	- 4047,7	1383,5	2664,2	-45,45	28,47	-29,91
Інші операційні доходи	106	0,6	334,5	-105,4	333,9	228,5	-99,43	55650,00	215,57
Всього доходи	9012,5	4859,4	6576,8	- 4153,1	1717,4	2435,7	-46,08	35,34	-27,03
Собівартість реалізованої продукції	6248,7	3041,1	4601	- 3207,6	1559,9	1647,7	-51,33%	51,29	-26,37
Інші операційні витрати	2647,2	1711,7	1796,2	-935,5	84,5	-851	-35,34	4,94	-32,15
Інші витрати	0	0	2,5	0	2,5	2,5	-	-	-
Разом витрати	8895,9	4752,8	6399,7	- 4143,1	1646,9	2496,2	-46,57	34,65	-28,06
Фін результат до оподаткування	116,6	106,6	177,1	-10	70,5	60,5	-8,58	66,14	51,89
Податок на прибуток	21	19,2	32,3	-1,8	13,1	11,3	-8,57	68,23	53,81
Чистий прибуток	95,6	87,4	144,8	-8,2	57,4	49,2	-8,58	65,68	51,46

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

На основі даних табл. 2.3 можна побачити, що чистий дохід в компанії зменшився на 45,45% у 2022 році, але далі він зріс на 28,47% у 2023 році. Це означає, що в компанії є нестабільність у фінансових результатах компанії. Операційний дохід різко зріс у 2022 році, порівняно з 2021, але далі він зменшився на 215,57% у 2023 році. Собівартість в реалізованій продукції зменшилась на 51,33% у 2022 році та на 26,37% у 2023 році порівняно з 2021 роком. Також зменшився і чистий прибуток на 8,58% у 2022 році та на 51,46% у 2023 році порівняно з 2021 роком. Це може означати, що підприємство зараз має деякі фінансові труднощі. Також зазнали змін у 2022 році зменшилося на 46,57% та на 28,06% у 2023 році порівняно з 2021 роком.

Отже, можна зробити висновок, що компанія зіткнулася з труднощами у 2022 році, через повномасштабне вторгнення, як і кожне підприємство в країні. Проте у 2023 році підприємство ТОВ «Київ-продукт» покращив свої фінансові показники.

Розглянемо динаміку активів (табл. 2.4). Дана таблиця дає інформацію про зміни в розмірі та структури активів компанії протягом трьох років, що включає в себе усі ресурси, що належать компанії або ресурси, якими володіє компанія.

Як бачимо, то необоротні активи у 2022 році та подальше зменшення у 2023 році на 13,93%. Також основні засоби зросли в 2022 році, а у 2023 році змінилося на 5,01%. Зменшення оборотних активів на 13,49% у 2023 році порівняно з 2022 роком свідчить про оптимізацію запасів та зменшення грошових ресурсів. Баланс на підприємстві зріс у 2022 році, але зменшився у 2023 році на 0,84%.

Таблиця 2.4 – Динаміка активів ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр., тис. грн

Показник	2021	2022	2023	Абсолютні зміни, тис. грн			Темп приросту/зменшення, %		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021	2022-2021, %	2023-2022, %	2023-2021, %
I. Необоротні активи									
Нематеріальні активи	0	386,1	332,3	386,1	-53,8	332,3	-	-13,93%	-
Первісна вартість	0	430,5	430,5	430,5	0	430,5	-	0,00%	-
Амортизація	0	44,4	98,2	44,4	53,8	98,2	-	121,17%	-
Основні засоби	75,9	483,2	459	407,3	-24,2	383,1	536,63%	-5,01%	504,74%
Первісна вартість	137,4	641,8	748,9	504,4	107,1	611,5	367,10%	16,69%	445,05%
Знос	61,5	158,6	289,9	97,1	131,3	228,4	157,89%	82,79%	371,38%
Всього за розділом 1	75,9	869,3	791,3	793,4	-78	715,4	1045,32%	-8,97%	942,56%
II. Оборотні активи									
Запаси	2531,1	2206	1802,7	-325,1	-403,3	-728,4	-12,84%	-18,28%	-28,78%
Дебіторська заб за товари	1317	1159	1772	-158	613	455	-12,00%	52,89%	34,55%
Дебіторська заб з бюджетом	0,1	20,7	0,2	20,6	-20,5	0,1	20600,00%	-99,03%	100,00%
Інша поточна дебіторська	88,2	208	105	119,8	-103	16,8	135,83%	-49,52%	19,05%
Гроші та еквіваленти	21,5	8,7	0,8	-12,8	-7,9	-20,7	-59,53%	-90,80%	-96,28%
Інші оборотні активи	300,9	41,9	3,6	-259	-38,3	-297,3	-86,08%	-91,41%	-98,80%
Усього за розділом 2	4258,8	3644,3	3684,3	-614,5	40	-574,5	-14,43%	1,10%	-13,49%
Баланс	4334,7	4513,6	4475,6	178,9	-38	140,9	4,13%	-0,84%	3,25%

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Далі проведемо аналіз структури активів (рис. 2.3). Висока частка оборотних активів у 2021 році свідчить про стабільну фінансову ситуацію підприємства та його здатність легко покривати поточні зобов'язання. Вже у 2022 було зменшення частки оборотних активів, що може вказувати на збільшення ризиків ліквідності, хоча загалом ситуація ще залишається стабільною.



Рисунок 2.3 – Оборотні та необоротні активи в ТОВ «Київ-продукт»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Наступним розглянемо динаміку капіталу (табл. 2.5). Цей показник відображає зміни в структурі та обсязі власного та позикового капіталу компанії протягом певного періоду часу.

Протягом 2021-2023 стабільність компанії відображалася різнобічно. Нерозподілений прибуток збільшився на 36,18% у 2022 році, але лише на 21,01% у 2023 році, що вказує на зміну тенденцій. Кредиторська заборгованість показала нестійку динаміку: заборгованість з товарів стрімко зросла у 2022 році, але зменшилася у 2023 році, тоді як заборгованість з бюджетом виявила дуже великі коливання, зменшившись і збільшившись у великому обсязі. Загальна картина показує невелике зменшення у поточних зобов'язаннях та незначне збільшення загального балансу протягом цього періоду. Таким чином, компанія продемонструвала суперечливу динаміку в своїй фінансовій діяльності за цей період.

Таблиця 2.5 – Динаміка капіталу ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютні зміни, тис.грн			Відносні зміни, %		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021	2022-2021	2023-2022	2023-2021
І. Власний капітал									
Статутний капітал	10	10	10	0	0	0	0,00	0,00	0,00
Нерозподілений прибуток	505,8	688,8	833,5	183	144,7	327,7	36,18	21,01	64,79
Усього за розділом 1	515,8	698,8	843,5	183	144,7	327,7	35,48	20,71	63,53
ІІІ. Поточні зобов'язання									
Заборгованості за товари	996,5	2105	1838,9	1108,5	-266,1	842,4	111,24	-12,64	84,54
Заборгованості з бюджетом	31,1	18,5	97,4	-12,6	78,9	66,3	-40,51	426,49	213,18
Заборгованості зі страхування	4,8	4,4	0	-0,4	-4,4	-4,8	-8,33	-100,00	-100,00
Інші поточні зобов'язання	2786,5	1686,9	1695,8	-1099,6	8,9	-1090,7	-39,46	0,53	-39,14
Усього за розділом 3	3818,9	3814,8	3632,1	-4,1	-182,7	-186,8	-0,11	-4,79	-4,89
Баланс	4334,7	4513,6	4475,6	178,9	-38	140,9	4,13	-0,84	3,25

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Структура капіталу — це співвідношення між різними джерелами фінансування, такими як власний капітал (акції) та запозичений капітал (борг). Розглянемо структуру поточних зобов'язань за останні роки 2021-2023 рр (рис. 2.4).

На графіку можна побачити, що коефіцієнти заборгованості за товари показують високий рівень відсотка в усіх трьох роках, а кредиторська заборгованість з бюджетом та зі страхування виявляється на низькому рівні у всіх трьох роках. Інші поточні зобов'язання займають значну частину структури заборгованості.

Отже, варто звернути увагу на тенденції змін у часі та ефективність управління різними видами заборгованості з метою забезпечення фінансової стійкості та оптимізації діяльності.

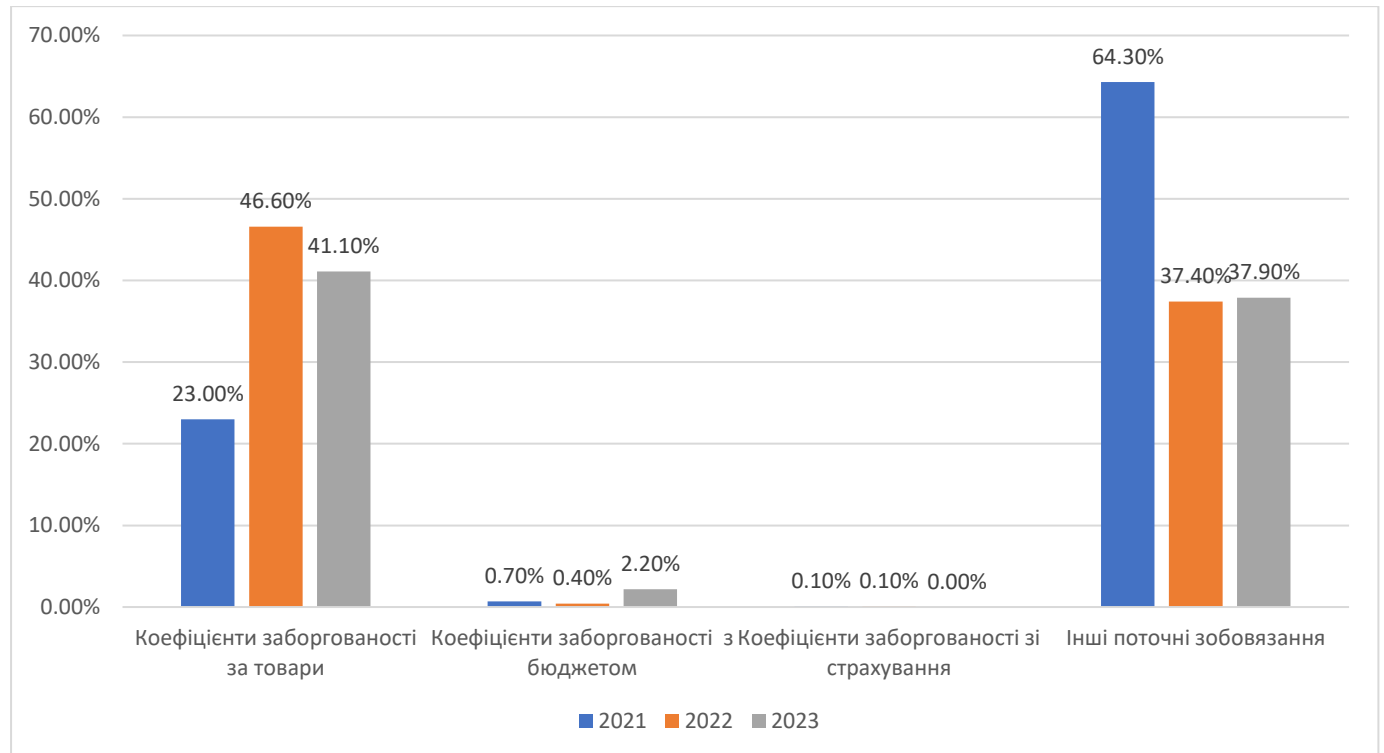


Рисунок 2.4 – Поточні зобов'язання в ТОВ «Київ-продукт»

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Показник ділової активності є важливим для аналізу ефективності управління активами та пасивами компанії (табл.2.6). Проаналізувавши можна зробити висновок, що коефіцієнт оборотності активів знизився протягом періоду з 2021 по 2023 рік.

Проте, відбувся певний позитивний розвиток у 2023 році, коли цей показник збільшився на 0,32 порівняно з попереднім роком. Коефіцієнти оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості демонструють спадну динаміку. Це свідчить про те, що оборотність дебіторської та кредиторської заборгованості зменшується. Чим нижчий коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, тим більше воно впливає на ліквідність та фінансовий стан підприємства. Тривалість обороту дебіторської заборгованості значно зросла на 34,64 у 2022 році порівняно з 2021 роком, але потім знову зменшилася на 15 у 2023 році. А тривалість обороту кредиторської заборгованості значно збільшилася на 195,09 у 2022 році порівняно з 2021 роком, але знову зменшилася на 101,79 у 2023 році. Коефіцієнт оборотності запасів демонструє зниження на 1,32 у 2022 році порівняно з 2021 роком, але пізніше збільшився у 2023 році.

Таблиця 2.6 – Ділова активність ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютна зміна		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021
Коефіцієнт оборотності активів, оборотів	2,054	1,076	1,394	-0,978	0,318	-0,659
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, оборотів	6,762	4,118	3,522	-2,643	-0,596	-3,239
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, оборотів	6,052	1,429	2,376	-4,623	0,947	-3,676
Тривалість обороту дебіторської заборгованості, дні	53,976	88,62	103,624	34,644	15,003	49,647
Тривалість обороту кредиторської заборгованості, дні	60,304	255,395	153,607	195,09	-101,787	93,303
Коефіцієнт оборотності запасів, оборотів	3,518	2,2025	3,462	-1,3162	1,26	-0,056
Коефіцієнт оборотності основних засобів, оборотів	117,345	10,055	13,599	-107,289	3,544	-103,745
Коефіцієнт оборотності власного капіталу, оборотів	17,267	6,953	7,4	-10,314	0,447	-9,866

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Останнім етапом фінансово-економічного аналізу є рентабельність. Розрахунок рентабельності є важливим для оцінки прибутковості ресурсів компанії. З табл. 2.7 видно, що рентабельність активів показала зниження на 0,27% у 2022 році порівняно з 2021 роком, але значно зросла у 2023 році. Загальний приріст за весь період становить 1,03%. Рентабельність власного капіталу відображає спад, але пізніше показує зростання на 4,66% у 2023 році. Протягом періоду спостерігається загальне зниження на 1,37%. Рентабельність діяльності відображає зростання. Загальний приріст за весь період становить 1,25%. А рентабельність продукції показує певний ріст на 7,57% у 2022 році порівняно з 2021 роком, але потім відбувається зниження на 11,12% у 2023 році. Загальне зниження за весь період становить 3,55%.

Аналізуючи показники, можна побачити, що рівень рентабельності показує коливання протягом років. Це може вказувати на різні фактори, що впливають на виробництво та управління ресурсами.

Таблиця 2.7 – Показники рентабельності ТОВ «Київ-продукт» у 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютна зміна		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021
Рентабельність активів, %	2,21	1,94	3,24	-0,27	1,30	1,03
Рентабельність власного капіталу, %	18,53	12,51	17,17	-6,03	4,66	-1,37
Рентабельність діяльності, %	1,07	1,80	2,32	0,73	0,52	1,25
Рентабельність продукції, %	29,84	37,41	26,29	7,57	-11,12	-3,55

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Отже, можна зробивши висновок, що розглядаючи різні аспекти діяльності ТОВ «Київ-продукт», відображає динаміку рентабельності. Щодо рентабельності активів та діяльності, видно що цей показник збільшився, рентабельність власного капіталу та продукції зазнали коливань. Оптимізація запасів та зменшення оборотних активів може свідчити про удосконалення управління ресурсами, але це може бути пов'язано із зменшенням чистого доходу.

2.3 Оцінка результативності використання ресурсів підприємства

Проведемо оцінку результативності використання ресурсів на ТОВ «Київ-продукт». Для цього проведемо розрахунок динаміки показників ефективності використання основних засобів (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Динаміка показників використання ресурсів ТОВ «Київ-продукт» у 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютна зміна		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021
Фондовіддача, тис. грн	117,345	10,055	13,599	-107,29	3,544	-103,745
Рентабельність необоротних активів, %	1,259	0,18	0,315	-1,078	0,134	-0,944
Фондомісткість, тис. грн	0,008	0,099	0,073	0,09	-0,025	0,065

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

За 2021-2022 роки спостерігається різке зменшення фондовіддачі в 107,29, але в 2023 році відбувається позитивний зріст, але все ж залишається нижче, ніж у 2021 році. Рентабельність також зазнає значного зниження в 2022 році на 1,08%, але потім відбувається певне відновлення в 2023 році, хоча показник залишається нижчим, ніж у 2021 році. Фондомісткість зростає в 2022 році на 0,09, але потім знову зменшується в 2023 році на 0,03%. Проте, вона залишається вищою, ніж у 2021 році на 0,07%.

Показник фондовіддачі визначає для підприємства, наскільки ефективно воно використовує свої активи для генерації виручки, а фондомісткість вказує, якою частиною власного капіталу підприємство фінансує свою діяльність. Високі значення обох показників свідчать про ефективне управління ресурсами та фінансову стійкість підприємства.

Коливання цих показників могло бути викликані через збільшення або зменшення продажів товарів чи послуг, ефективністю використання ресурсів, змінами в ринковій конкуренції або стратегії ціноутворення. Також коливань можуть бути

через зміни в вартості сировини, витрат на виробництво, цінах на ринку, а також зміни в ефективності управління виробництвом та операційної діяльності. Такі фактори, які впливали на коливання фондовіддачі, рентабельності та фондомісткості були викликані, через складне становище в країні на що впливало Covid-19 та повномасштабне вторгнення.

Отже, компанія зазнала тимчасових проблем в 2022 році, але змогла частково відновити своє фінансове становище в 2023 році. Треба провести додатковий аналіз, щоб з'ясувати причини зниження в 2022 році та оцінити стабільність компанії в майбутньому.

Розглянемо показники фінансового стану ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр. (табл. 2.9). Даний аналіз таблиці дозволяє зробити висновок про фінансовий стан компанії та її ліквідність, покриття, стабільність та ефективність управління активами та капіталом.

Таблиця 2.9 – Показники фінансового стану ТОВ «Київ-продукт» у 2021-2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютні зміни		
				2022-2021	2023-2022	2023-2021
Коефіцієнт покриття (ліквідності)	0,452	0,377	0,518	-0,075	0,141	0,06
Коефіцієнт покриття	1,115	0,955	1,014	-0,159	0,059	-0,1
Коефіцієнт (автономії)	0,118	0,154	0,188	0,035	0,033	0,069
Коефіцієнт залучених коштів (залученого капіталу)	0,881	0,845	0,811	-0,035	-0,033	-0,069
Коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів	7,403	5,459	4,305	-1,944	-1,153	-3,097
Коефіцієнт мобільності (маневреності)	0,852	-0,243	0,061	-1,096	0,305	-0,79
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів	0,103	-0,046	0,014	-0,15	0,06	-0,089
Коефіцієнт забезпеченості	0,173	-0,077	0,028	-0,251	0,106	-0,144

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

В цілому, аналіз показників у таблиці 2.9 дозволяє зробити висновок про те, що компанія зазнає фінансових проблем та має низьку ліквідність та стабільність управління активами та капіталом.

Динаміка показників ліквідності в таблиці 2.10 показує, що компанія має деякі проблеми з абсолютною ліквідністю, оскільки значення цього показника зменшується з року в рік. Нормальне значення абсолютної ліквідності має бути не меншим 0,2-0,25. Проте, інші показники ліквідності залишаються в межах прийнятних норм.

Таблиця 2.10 – Показники ліквідності ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показник	2021 р	2022 р	2023 р
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,004	0,002	0,09
Проміжний коефіцієнт ліквідності	0,56	0,38	0,53
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	0,95	0,95	1,01
Коефіцієнт загальної платоспроможності	0,95	0,95	1,01

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Розглянемо показники балансу ліквідності в таблиці 2.11. Від 2021 до 2023 року значення найбільш ліквідних активів спадає з 17,8 тис. грн до 0,8 тис. грн. Це може вказувати на те, що компанія має менше готівки або інших активів, які можна швидко реалізувати. Значення середньоліквідних активів також зменшується у періоді 2021-2022 рр., але збільшується в 2023 році. Це може вказувати на те, що частина активів, що раніше були менш ліквідними, стають більш ліквідними. Активи повільної реалізації зростає у періоді 2021-2022 рр., але зменшується в 2023 році. Це може вказувати на те, що компанія зменшила обсяг активів, які можуть бути повільно реалізовані. Значення активів, що важко реалізуються майже стабільне протягом трьох років, що може свідчити про те, що компанія має сталі активи, які є важкодоступними для реалізації.

Найбільш термінові зобов'язання зростають у періоді з 2021-2023 рр., що може свідчити про збільшення зобов'язань компанії. Короткострокові пасиви є зазвичай стабільний протягом трьох років з незначними коливаннями. Також можна зробити

висновок, що постійні пасиви зростають протягом трьох років, що може свідчити про зростання постійних зобов'язань компанії.

Отже, компанія має тенденцію до зменшення ліквідності, що може бути зв'язано зі зростанням зобов'язань та зменшенням ліквідних активів. Збільшення короткострокових зобов'язань може призвести до збільшення фінансового тиску на компанію.

Таблиця 2.11 – Баланс ліквідності ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Найбільш ліквідні активи А1, тис.грн.	17,8	8,7	0,8
Середньоліквідні активи А2, тис.грн.	2183,3	1429,6	1880,8
Активи повільної реалізації, А3, тис.грн.	1553	2 206	1 802,7
Активи, що важко реалізуються А4, тис.грн.	770,4	869,3	791,3
Найбільш термінові зобов'язання П1, тис.грн.	2265,6	2127,9	3872,6
Короткострокові пасиви П2, тис.грн.	1646,6	1686,9	1695,8
Довгострокові кредити і позики П3, тис.грн.	-	-	-
Постійні пасиви, П4, тис.грн.	611,4	698,8	843,5
А1 – П1	-2247,8	-2119,2	-3871,8
А2 – П2	536,7	-257,3	185
А3 – П3	1553	2 206	1 802,7
П4 – А4	-159	-170,5	52,2

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Далі проведемо аналіз показників фінансованої стійкості (табл. 2.12). Коефіцієнт автономії збільшується з 0,13 в 2021 році до 0,18 в 2023 році. Це свідчить про зростання частки власних коштів у загальній структурі капіталу компанії. Коефіцієнт перманентного капіталу залишається стабільним. Коефіцієнт фінансової стабільності зменшується з 6,3 в 2021 році до 4,3 в 2023 році. Це може свідчити про зменшення здатності компанії покривати свої зобов'язання за рахунок власних коштів. Коефіцієнт маневреності власних коштів збільшується з -0,26 в 2021 році до 0,06 в

2023 році.

Можна зробити висновок, що компанія демонструє певне покращення фінансової стійкості та здатності керувати власними коштами протягом розглянутого періоду. Зростання коефіцієнта автономії та коефіцієнта маневреності власних коштів є позитивними тенденціями. Однак зменшення коефіцієнта фінансової стабільності може вимагати уваги керівництва компанії щодо оптимізації фінансового управління.

Таблиця 2.12 – Показників фінансової стійкості ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Коефіцієнт автономії	0,13	0,15	0,18
Коефіцієнт перманентного капіталу	0,13	0,15	0,18
Коефіцієнт фінансової стабільності	6,3	5,4	4,3
Коефіцієнт маневреності власних коштів	-0,26	-0,24	0,06

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Далі розглянемо показники достатності коштів для формування запасів (табл. 2.13). Проаналізувавши таблицю можна визначити тип фінансової стійкості підприємства за роки 2021-2023 є "Нестійкий". Це обумовлено негативним значенням дефіциту власних оборотних коштів для формування запасів, власних оборотних та довгострокових позикових коштів для формування запасів, та дефіциту загальної суми коштів для формування запасів. Такий стан свідчить про те, що підприємство має проблеми зі забезпеченням достатнього рівня фінансових ресурсів для підтримки своєї діяльності.

Таблиця 2.13 - Показники достатності коштів для формування запасів стійкості ТОВ «Київ-продукт» у 2021 – 2023 рр.

Показники	2021р.	2022р.	2023р.
1	2	3	4
Власні оборотні кошти (ВОК), тис.грн.	439,90	-170,50	52,20
Власні оборотні та довгострокові позикові кошти (ВДК), тис.грн.	439,90	-170,50	52,20

Продовження таблиці 2.13

1	2	3	4
Загальна сума коштів для формування запасів (ЗК), тис.грн.	4334,70	4513,60	4475,60
Запаси (З), тис.грн.	2531,1	2206	1802,7
Дефіцит/надлишок власних оборотних коштів для формування запасів (ΔВОК), тис.грн.	-2091,20	-2376,50	-1750,50
Дефіцит/надлишок власних оборотних та довгострокових позикових коштів для формування запасів (ΔВДК), тис.грн.	-2091,20	-2376,50	-1750,50
Дефіцит/надлишок загальної суми коштів для формування запасів (ΔЗК), тис.грн.	1803,60	2307,60	2672,90
Тип фінансової стійкості	Нестійкий	Нестійкий	Нестійкий

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

Проведемо аналіз ефективності використання персоналу на підприємстві. Проаналізувавши дану інформацію по підприємству, можна побачити, що зайнятість зросла у 2022 році порівняно з 2021, але зменшилося у 2023. Тому що за даними у 2021 на підприємстві було 4 працівника, в 2022 було 8 працівника, а у 2023 році становило 5 працівників.

У сучасній Україні спостерігається відступ якості робочої сили від потреб економіки. Тільки 9% всіх штатних працівників, що складає 1 мільйон осіб, проходять професійну підготовку, перепідготовку або підвищення кваліфікації. Час через який персонал підвищує свій кваліфікаційний рівень, у середньому становить 11 років, що вдвічі більше, ніж у країнах Євросоюзу. Згідно з дослідженням витрат на робочу силу, проведеним Державним комітетом статистики України, українські підприємства в середньому витрачають лише 0,2% від загальних витрат на робочу силу на професійне навчання працівників, тоді як в країнах Євросоюзу цей показник становить 1%.

За цими даними аналіз відновлення та збереження персоналу на ТОВ «Київ-продукт» показує, що з 2021 по 2023 кількість працівників на підприємстві відновлювалося. У 2022 зайнятість зросла, але у 2023 зменшалася, можливо через повномасштабну війну деякі працівники змінили своє місце перебування. У 2022 та

2023 відсоток заміщення був менший, оскільки більшість працівників покинуло підприємство.

Отже, на підприємстві є високий оборот персоналу, що може свідчити про можливі проблеми. Для вирішення яких потрібно провести детальний аналіз по персоналу та розробити план дій для забезпечення стабільності.

Для кращого сприйняття зробимо узагальнюючу таблицю показників результативності управління ресурсами (табл. 2.14). У 2023 році компанія показала різноманітні тенденції у фінансових показниках. Є як позитивні, так і негативні зміни. Зокрема, спостерігається покращення фінансової стійкості та ефективності використання робочої сили. Однак, існують проблеми з ліквідністю та платоспроможністю, а також з управлінням запасами та платіжною дисципліною. Такий різноманітний фінансовий образ вимагає уваги та аналізу для подальшого розвитку.

Таблиця 2.14 - Основні показники ефективності використання ресурсів ТОВ «Київ-продукт» у 2021-2023 рр., тис. грн

№	Напрямок оцінки	Показник	Рік			Абсолютна зміна, +/-		Відносна зміна, %	
			2021	2022	2023	2022-2021	2023-2022	2022-2021	2023-2022
			5	6	7	8	9	10	11
1	Майновий стан	Частка основних засобів в активах	0,017	0,107	0,102	0,089	-0,004	511,39	-4,20
		Коефіцієнт зносу основних засобів	0,447	0,247	0,387	-0,2	0,139	-44,79	56,65
		Коефіцієнт оновлення основних засобів	1,94	3,671	0,166	1,731	-3,504	89,23	-95,45

Продовження таблиці 2.14

1	2	3	5	6	7	8	9	10	11
2	Ліквідність та платоспроможність	Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	1,115	0,955	1,014	-0,159	0,059	-14,34	6,18
		Коефіцієнт ліквідності швидкої	0,452	0,377	0,518	-0,075	0,141	-16,66	37,40
3	Фінансова стійкість	Коефіцієнт автономії	0,118	0,154	0,188	0,035	0,033	30,11	21,73
		Коефіцієнт фінансової стійкості	0,135	0,183	0,232	0,048	0,049	35,62	26,78
4	Ділова активність	Період обороту активів, дні	175,208	334,423	258,112	159,215	-76,31	90,87	-22,82
		Період погашення дебіторської заборгованості, дні	53,976	88,62	103,624	34,644	15,003	64,18	16,93
		Період погашення кредиторської заборгованості, дні	60,304	255,395	153,6	195,09	-101,788	324	-66
		Період обороту запасів, дні	102,306	163,447	103,963	61,14	-59,484	60	-36
5	Використання трудових ресурсів	Продуктивність праці, грн.	106,029	54,593	65,023	-51,436	10,43	-49	19
		Виробіток на 1 грн оплати праці, грн.	48,54	49,99	69,42	1,45	19,43	3	39

Продовження таблиці 2.14

1	2	3	5	6	7	8	9	10	11
6	Ефективність діяльності	Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	8906,5	4858,8	6242,3	-4047,7	1383,5	-45%	28%
		Чистий прибуток, тис. грн	95,6	87,4	144,8	-8,2	57,4	-9%	66%
		Рентабельність активів, %	0,022	0,019	0,032	-0,002	0,012	-12%	67%
		Рентабельність власного капіталу, %	0,185	0,125	0,171	-0,06	0,046	-33%	37%
		Рентабельність реалізації продукції, %	0,01	0,017	0,023	0,007	0,005	68%	29%

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Київ-продукт»

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ТОВ «Київ продукт»

3.1 Формування бізнес-пропозиції з підвищення ефективності використання ресурсів підприємства

Підприємство ТОВ «Київ-продукт» – оптова компанія, яка має достатньо прибутковий бізнес, але для підвищення ефективності треба впровадити деякі заходи. Розглянемо в чому полягають проблеми підприємства ТОВ «Київ-продукт»:

- низький темп оновлення устаткування. В свою чергу, це поступається темпами вибуття і несуть у собі загрозу скорочення обсягів виробничої потужності та зменшення темпів відповідних результатів, тенденція до зношення устаткування. Це може свідчити про поступову деградацію техніко-технологічного потенціалу підприємства, що призведе до ризиків втрати продукції та росту витрат.
- низька пізнаваність бренда через недостатню маркетингову активність, слабку комунікацію зі споживачами, що ускладнює просування бренду або конкуренцію з іншими брендами, які мають більший вплив на ринку.
- неефективність прийнятих управлінських підходів в управлінні витратами підприємства прямим наслідком існування якої є спадна динаміка показників рентабельності.
- обмеженість фінансових ресурсів негативно впливає на використання власних оборотних коштів.
- відсутність на підприємстві діючої системи стратегічного планування.

Розглянувши проблеми підприємства, запропонуємо методи для підвищення ефективності використання ресурсів:

1. Підходи до оптимізації виробничих процесів включають аналіз та удосконалення, що спрямовані на ефективне використання ресурсів, зменшення часу виготовлення продукції та підвищення її якості;
2. Застосування передових технологій виробництва спрямоване на оптимізацію використання ресурсів, збільшення продуктивності праці та економію часу та коштів;
3. Впровадження енергоефективних технологій та обладнання сприяє зменшенню споживання енергії та комунальних витрат, що приносить економічні переваги;
4. Оптимізація управління ланцюгом постачання дозволяє знизити запаси, витрати на логістику та забезпечити своєчасність поставок;
5. Інвестування в навчання та розвиток персоналу сприяє підвищенню їхньої кваліфікації, продуктивності та мотивації, що веде до ефективного використання ресурсів;
6. Використання систем управління якістю та відповідних стандартів допомагає підвищити ефективність виробництва та забезпечити стабільну якість продукції;
7. Аналіз потреб та зауважень споживачів дозволяє оптимізувати виробництво, реагуючи на відгуки та зауваження, а також може стимулювати впровадження нових продуктів, що відповідають попиту.

Ці впровадження необхідні для підвищення ефективності використання ресурсів підприємства «Київ-продукти», але слід розглянути один найголовніший аспект. Розглянувши всі проблеми можна виділити низьку пізнаваність бренда. Аналізуючи розвиток бренду на підприємстві ТОВ «Київ-продукт», можна дійти до висновку, що розвиток бренду є недосконалим. В компанії немає реклами, яку би вони запускали на різних майданчиках, а також соціальних мереж, щоб взаємодіяти з

аудиторією та знаходити нових споживачів, партнерів та інвесторів.

Отже, підприємству варто вдосконалювати організаційно нематеріальні ресурси: репутація, імідж, бренд. Для цього варто розробляти заходи по вдосконаленню бізнес-пропозиції.

Низька пізнаваність бренда може впливати на діяльність підприємства через обмежені можливості залучення нових та утримання існуючих клієнтів, зниження обсягів продажів і ускладнення залучення інвестицій. Це підкреслює важливість розвитку маркетингових політики для підвищення пізнаваності бренда і покращення його ефективності. Запропонуємо ряд заходів, які допоможуть покращити репутацію підприємства:

По-перше, потрібно зробили аналіз аудиторії. Визначити їх фінансові можливості, вподобання. Надалі потрібно задіяти ці корективи в продукт, а також використовувати в рекламних кампаніях.

По-друге, зробити аналіз конкурентів. Щоб сформулювати свій особливий бренд, який буде підвищувати пізнаваність. В цей аналіз повинно входити аналіз цінової політики, аналіз рекламної компанії, аналіз майданчиків для реклами та інше.

По-третє, це створити власну маркетингову стратегію. Вона розробляється та змінюється тільки коли з'являються нові цілі на підприємства.

Проведемо опитування в соціальних мережах. Аналізуючи результати опитування, можна сформулювати сегмент клієнтів, які зацікавлені продукцією ТОВ «Київ-продукт»:

1. Молодь (12-25 років). Ця категорія споживачів зазвичай зацікавлена в снеках та продуктах з високим вмістом білка, таких як арахісова паста. Вони шукають смачні та енергетичні продукти для активного способу життя;

2. Дорослі (25-45 років). Ця група може включати в себе працездатних дорослих, які шукають снеки для перекусу на роботі або вдома. Вони зазвичай звертають увагу на якість продуктів, так що арахісова паста може привернути їхню увагу як варіант з високим вмістом білка та здоровою живильною цінністю;

3. Люди похилого віку (45+ років). Ці споживачі можуть шукати снеки з меншою кількістю цукру та солі, а також продукти, які допомагають підтримувати здоровий стан серця та кровоносної системи. Арахісова паста може бути цікавим варіантом через свій високий вміст не насичених жирних кислот, які корисні для серця.

Також опитування, показало, що більшість респондентів не ознайомлені продукцією та брендом. Це вказує, що підприємству потрібно працювати над репутацією, щоб отримати результат.

Далі головним етапом – це аналіз конкурентів. В минулому розділі ми описували конкурентів по різних групах продукції. Саме в цьому розділі проведемо аналіз їх маркетингової діяльності. Всі наші конкуренти активно заповнюють інформацію на сайті та виставляють актуальні події. Також, зараз дуже важливо займатися волонтерською діяльністю. Такі конкуренти як «Рошен» та «Том», постійно приймають участь у зборах для допомоги армії.

Аналізуючи діяльність всіх конкурентів, можна побачити, що всі мають сучасний та зручний сайт, сторінку в різних соціальних мереж та активно рекламуються на різних платформах. Визначимо кроки, які потрібно буде зробити підприємству ТОВ «Київ-продукт»:

- створити новий сайт. Який буде зручний, мати всю корисну та публікувати актуальну інформацію;
- запустити сторінки в соціальних мережах, найкращими платформами буде Facebook та Instagram. На платформах можна буде взаємодіяти з аудиторією, займатися волонтерською програмою та знаходити нових інвесторів та клієнтів. За допомогою такого інструменту, як контекстна реклама, можна отримати прилив нових клієнтів, які будуть зацікавлені продуктом та активно будуть його замовляти;
- запустити рекламу в Google та YouTube. Це найбільші майданчики на яких розмішають рекламу конкуренти. Саме цими майданчиками активно користується

цільова аудиторія;

– покращення іміджу. Це потрібно, щоб привернути увагу до бренду та знайти нових інвесторів.

Провівши аналіз та зробити висновок, який був представлений вище, підприємству ТОВ «Київ-продукт» слід почати самостійно впроваджувати покращення нематеріальних ресурсів. Розглянемо на рис. 3.1 головні переваги створення бізнес-пропозиції.



Рисунок 3.1 – Переваги для ТОВ «Київ-продукт» в посиленні бізнес-пропозиції

Джерело: розроблене автором

Отже, розвиток бренда є одним з ключових елементом успішного розвитку бізнесу, який допоможе привернути увагу клієнтів. Тому необхідно побудувати сильний бренд, а потім збільшити обсяги продажів. Розглянемо схематично, які можливості та очікувані результати, можуть чекати ТОВ «Київ-продукт», якщо втілити бізнес-пропозицію для підприємства (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Логіка бізнес-пропозиції

Джерело: розроблене автором

Узагальнюючи, всі запропоновані заходи для підприємства ТОВ «Київ-продукт», можна дійти до висновку, що ці заходи допоможуть покращити розвиток бренду, що можливо через посилення бізнес пропозиції.

Розглянемо головні переваги. По-перше, розвиток бренда є ключовим інструментом для залучення нових клієнтів та збереження існуючої клієнтської бази. Завдяки правильно спланованим маркетинговим заходам підприємство може збільшити свою впізнаваність на ринку, привернути увагу цільової аудиторії та покращити обсяги продажів.

По-друге, розвиток бренда дозволяє підприємству адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях та ринкових умовах. Швидкі зміни в технологіях та конкурентному середовищі вимагають постійного оновлення стратегій маркетингу для збереження конкурентних переваг.

По-третє, розвиток бренда допомагає підприємству побудувати позитивний імідж та взаємовідносини зі споживачами. Сучасні клієнти докладають значної уваги

до етики бізнесу, сталого розвитку та соціальної відповідальності підприємств, тому важливо враховувати ці аспекти у маркетингових стратегіях.

3.2 Оцінювання доцільності впровадження запропонованих заходів

Зробимо оцінку доцільності реалізації бізнес-пропозиції для ТОВ «Київ-продукт». Розширення рекламної активності та оновлення інформаційних матеріалів для ТОВ "Київ-продукт" є ключовим кроком для підвищення ефективності підприємства. Ці заходи сприятимуть покращенню пізнаваності як серед клієнтів, так і серед партнерів. Для досягнення цієї мети необхідно постійно оновлювати інформацію на веб-сайті компанії та надавати докладну інформацію про продукцію та діяльність підприємства.

Отже, активізація рекламної діяльності та оновлення інформації для ТОВ «Київ-продукт» є дуже важливим напрямом для підвищення ефективності діяльності. Тому що за допомогою цих заходів можна підвищити пізнаваність не тільки для наших клієнтів, а і для наших партнерів. Для цього компанії потрібно регулярно оновлювати інформацію на сайті та надавати якомога більшу кількість інформації про продукцію та про підприємство.

Розрахуємо витрати підприємства на рекламу (табл. 3.1). Саме запуск реклами допоможе нам підвищити пізнаваність бренду. За допомогою такого інструменту в нас буде можливість транслювати цінності бренда та доносити нашу місію споживачам, що в свою чергу буде мати позитивний вплив. Крім підвищення пізнаваності реклама допоможе знайти інвесторів, які будуть приймати активну участь в діяльності підприємства ТОВ «Київ-продукт».

Таблиця 3.1 – Бюджет витрат на рекламну діяльність підприємства, тис.грн

Види засобів розповсюдження реклами	Місяці												Усього за рік, грн.
	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень	
Реклама у блогерів	0	700	380	0	700	0	0	0	400	0	600	1000	3780
Таргетована реклама	550	550	550	550	550	550	550	550	550	500	500	500	6600
Всього:	850	1550	1230	850	1550	850	850	850	1250	800	1400	1800	12980

Джерело: розроблено автором

Також важливо оцінювати ефективність розвитку бренда за допомогою ключових показників успішності, що ґрунтуються на ключових показниках маркетингової діяльності. Ця ідея випливає з загального підходу до КРІ (Ключові Показники Ефективності). Ключові показники ефективності - це система оцінки, яка охоплює як фінансові, так і нефінансові аспекти, допомагаючи організації досягти стратегічних цілей. КРІ дозволяють контролювати бізнес-процеси в реальному часі. Часто показники ефективності використовуються для оцінки вигоди від складних аспектів, таких як розвиток лідерства, зобов'язання та обслуговування. Відокремимо головні КРІ для ТОВ «Київ-продукт»:

1. Обсяг продажів, потрібно вимірювати кількість продукції протягом певного періоду часу. Це потрібно, щоб відслідкувати підвищення результатів після впровадження бізнес-пропозиції;
2. Конверсія в продажі. Для визначення відсотків клієнтів, які переходять з етапу зацікавленості до продукту аж до покупки.
3. Зростання ринкової частки. Вимірюється збільшенням частки компанії на ринку порівняно з конкурентами.
4. Збільшення середнього чеку. Це вказує на зростання середньої суми, яку клієнт витрачає під час покупки.

Розглянемо динаміку чистого доходу на 4 роки вперед. Зробивши аналіз рис. 3.3, можна дійти до висновку, що є зростання з року на рік. У 2024 році значення складає 161,39, а в 2027 році - 300,85. Прогнозні значення вказують на очікуване зменшення темпу зростання. Хоча вони також показують позитивну тенденцію. Отже, загалом, можна очікувати зростання величини, але з меншим темпом у майбутньому, як показано в прогнозних значеннях.

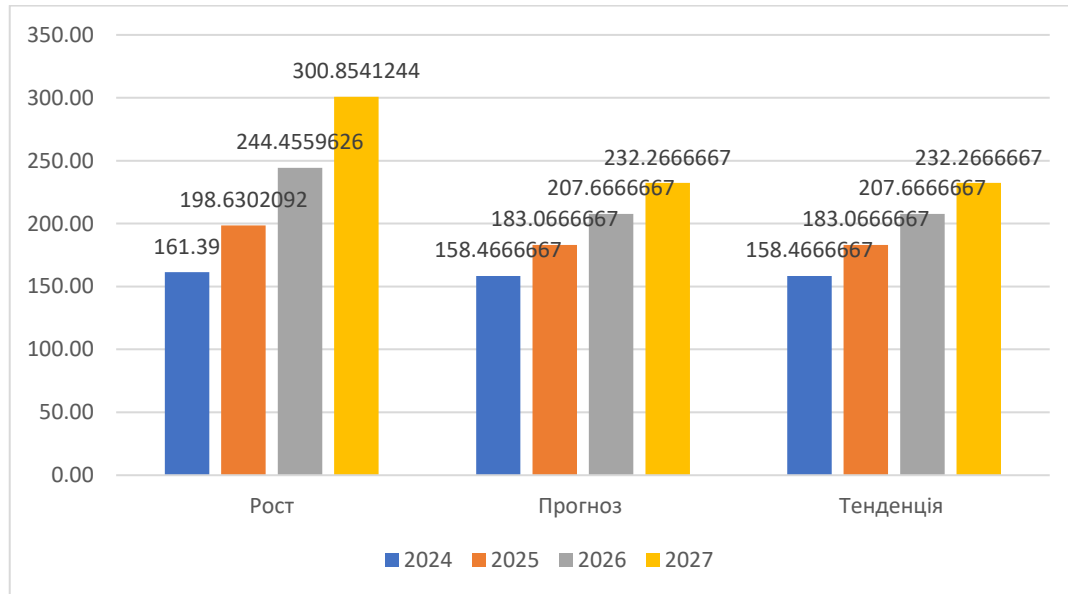


Рисунок 3.3 – Динаміка чистого прибутку на ТОВ «Київ-продукт», тис.грн

Джерело: розроблено автором

Останнім, але не менш важливим етапом є створення зручної платформи для зворотного зв'язку з партнерами та покупцями. Це може бути реалізовано без додаткових витрат, включаючи в роботу SMM-менеджера, але при цьому підвищить ефективність використання ресурсів ТОВ «Київ-продукт» майже на 45%.

ВИСНОВКИ

Отже, провівши аналіз, можна виділити чотири основні групи ресурсів, які є ключовими для функціонування будь-якого підприємства: матеріальні, фінансові, інформаційні та трудові. Ці ресурси сприяють досягненню запланованих цілей з максимальною ефективністю.

Матеріальні ресурси включають широкий спектр засобів виробництва, таких як сировина, матеріали, енергія, обладнання та інше. Вони є основою для виробництва продукції або надання послуг.

Фінансові ресурси представляють грошові потоки, які перебувають у розпорядженні підприємства для покриття витрат, виконання фінансових зобов'язань.

Інформаційні ресурси включають інформацію та знання, що виникають у процесі діяльності підприємства та взаємодії з зовнішнім середовищем.

Трудові ресурси представляють собою персонал підприємства, який може бути розділений на управлінський та виконавчий персонал.

Дійдемо до висновку, що ресурси є не лише окремими елементами, але й комплексом, який визначає нормальне функціонування підприємства та використовується у процесі створення різноманітних товарів та послуг для споживачів. Забезпечення підприємства відповідними ресурсами та їхнє оптимальне поєднання і використання є вирішальними умовами для досягнення ефективної діяльності будь-якої організації. Це означає, що успішне функціонування компанії залежить від здатності раціонально використовувати та ефективно управляти своїми ресурсами.

Аналізуючи діяльність ТОВ "Київ-продукт", виявлено ряд проблем, що впливають на оптимальне використання ресурсів компанії. Хоча фінансова продуктивність підприємства показує певне поліпшення порівняно з попереднім роком, існують сигнали можливих проблем у майбутньому, зокрема, з питань

ліквідності та активності в сфері бізнесу. Нестабільна економічна ситуація в країні також створює додаткові виклики для підприємства.

Для покращення ефективності діяльності розглянута бізнес-пропозиція щодо підвищення цінності нематеріальних ресурсів, таких як імідж, бренд та репутація компанії. Це може сприяти покращенню маркетингової стратегії, що в свою чергу допоможе збільшити увагу до продукції, розширити ринки, підвищити конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів.

Проведений орієнтовний розрахунок витрат на впровадження бізнес-пропозиції показав, що вони є доцільними з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення більшої уваги клієнтів. Розвиток бренду виступає ключовим елементом стратегії підприємства, оскільки допомагає досягати різноманітних цілей, від збільшення прибутку до покращення сприйняття бренду. Такий підхід дозволить "Київ-продукту" покращити свою позицію на ринку та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Телегін В. В. Теоретичні аспекти поняття “ресурси” та їх класифікація. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/27-2021/telehin.pdf> (дата звернення: 10 лютого 2024 року);
2. Н. І. Верхоглядова. Класифікація ресурсів та її значення для управління ресурсозбереження. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2015/7.pdf (дата звернення: 10 лютого 2024 року);
3. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/1295/3/11vippsp.pdf> (дата звернення: 10 лютого 2024 року);
4. Гладир С. І. Ресурси підприємства: теоретичні аспекти. Ефективна економіка. 2014. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3044> (дата звернення: 10 лютого 2024 року);
5. Наджіб Фертас. Визначення сутності ресурсного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/234/223> (дата звернення: 10 лютого 2024 року);
6. Михайловська О. В. Сутність категорії “ресурси”: теоретичні та практичні аспекти. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2021. № 2. С. 23 – 27. (дата звернення: 12 лютого 2024 року);
7. Мельник О. М. Ресурси підприємства концептуальні аспекти системи управління, в умовах стійкого розвитку. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/5.pdf (дата звернення: 12 лютого 2024 року);
8. О. С. Літвінов. Відтворення нематеріальних ресурсів підприємства сутності та види. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12075/1/Відтворення%20нематеріа>

[льних%20ресурсів%20підприємства%20сутність%20та%20види.pdf](#) (дата звернення: 12 лютого 2024 року);

9. Ситник Н. С., Смолінська С.Д., Ясніновська І.Ф. Фінанси підприємства. С. 14-15. URL: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Finansy_pidpr15.pdf (дата звернення: 12 лютого 2024 року);

10. Остапенко О. М. Джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/122.pdf> (дата звернення: 12 лютого 2024 року);

11. О. І. Зайченко, В.І. Кузнецова. Управління людськими ресурсами. С. 19-20. URL: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/uprav_l_resurs.pdf (дата звернення: 15 лютого 2024 року);

12. Ващенко О.П. Сутність та класифікація ресурсів підприємства. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2157/2057> (дата звернення: 15 лютого 2024 року);

13. Ю. В. Федорусь. Підвищення ефективності промислових підприємств переробної галузі України. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3933> (дата звернення: 15 лютого 2025 року);

14. О. М. Савицька. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/57.pdf (дата звернення: 15 лютого 2024 року);

15. А. В. Гречко, А.С. Гречухін. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4744> (дата звернення: 15 лютого 2024 року);

16. Рибачук-Ярова Т.В. Управління інформаційними ресурсами підприємства. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5506fb47-b3c0-4135-ad6d-9bd287999c2b/content> (дата звернення: 18 лютого 2024 року);
17. Герашмчук О.В. Шляхи підвищення ефективності використання фінансових ресурсів підприємства. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/448/436> (дата звернення: 18 лютого 2024 року);
18. Н. М. Богацька. Проблеми та перешкоди ефективної господарсько-фінансової діяльності підприємства. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2021/77.pdf (дата звернення: 18 лютого 2024 року);
19. А. В. Гречко, Б. В. Балагир. Дослідження шляхів підвищення ефективності управління виробничою діяльності підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4780> (дата звернення: 18 лютого 2024 року);
20. Григораши О. В., Булигіна Д.О. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/30.pdf (дата звернення: 18 лютого 2024 року);
21. Вернигова М.В. Методичні підходи до оцінки ефективності використання ресурсів підприємства. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3901e9f3-46a4-4975-9abd-3a102d9f5b1b/content#page=39> (дата звернення: 22 лютого 2024 року);
22. В.В. Бобль, С.С. Дехтяр. Економічний розвиток промислових підприємств в умовах фінансової нестабільності: Європейський досвід та Українські реалії. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/5.pdf (дата звернення: 22 лютого 2024 року);

23. Ткаченко О.Ю., Фальченко О.О. Фактори зростання прибутку підприємства. URL: <https://core.ac.uk/reader/50592310> (дата звернення: 22 лютого 2024 року);
24. Т. В. Романова, Є. О. Даровський. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення: 22 лютого 2024 року);
25. Яцук О.О. Фінансовий стан підприємства та методики його оцінки. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf (дата звернення: 26 лютого 2024 року);
26. О. І. Шаманська. Система оцінки ефективності управління ресурсними потенціалом підприємств АПК. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4776> (дата звернення: 26 лютого 2024 року);
27. А. Е. Кривенко. Формування та ефективне використання фінансових ресурсів підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3818> (дата звернення: 26 лютого 2024 року);
28. Головна. Київ-продукт. URL: <https://kiev-product.com> (дата звернення: 26 лютого 2024 року);
29. Дарія Берницька. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/STEP аналізу. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37543/1/Стратегічний%20аналіз%20зовнішнього%20середовища%20підприємства%20методом%20PEST.pdf> (дата звернення: 16 квітня 2024 року);
30. Ж.С. Коваленко. SWOT-аналіз як інструмент стратегічного управління персоналу. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14193/1/NRMSE2019_V3_P085-086.pdf (дата звернення: 16 квітня 2024 року);

31. Продукція. Київ-продукт. URL: <https://kiev-product.com> (дата звернення: 16 квітня 2024 року);
32. Шевчук П.О. Формування маркетингової політики у сучасному підприємстві. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-32> (дата звернення: 20 квітня 2024 року);

ДОДАТКИ

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

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ		
		2023	1	1
Підприємство	ТОВ "КИЇВ-ПРОДУКТ"	за ЄДРПОУ		
Територія	Голосіївський	за КАТОТГГ ¹		
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне підприємство	за КОПФГ		
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками	за КВЕД		
Середня кількість працівників, осіб	7			
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	вулиця Васильківська, буд. 34, оф. 307В, м. КИЇВ, 03022, Україна	0673422395		

1. Баланс на 31.12.2022 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	250	386.1	
первісна вартість	1001	250	430.5	
накопичена амортизація	1002	()	(44.4)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	520.4	483.2	
первісна вартість	1011	601.8	641.8	
знос	1012	(81.4)	(158.6)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	770.4	869.3	
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100	1553	2206	
у тому числі готова продукція	1103	400	273.2	
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1893.3	1159	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	.1	20.7	
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	208.5	208	
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	17.8	8.7	
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190	80.5	41.9	
Усього за розділом II	1195	3753.2	3644.3	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	4523.6	4513.6	

Додаток Б

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10	10
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	601.4	688.8
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	611.4	698.8
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	2197.3	2105
розрахунками з бюджетом	1620	67.3	18.5
у тому числі з податку на прибуток	1621	21	18
розрахунками зі страхування	1625	1	4.4
розрахунками з оплати праці	1630		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1646.6	1686.9
Усього за розділом III	1695	3912.2	3814.8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	4523.6	4513.6

2. Звіт про фінансові результати

за **Рік 2022** р.

Форма N 2-м

Код за КУД

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	4858.8	8906.5
Інші операційні доходи	2120	.6	106
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	4859.4	9012.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3041.1)	(6248.7)
Інші операційні витрати	2180	(1711.7)	(2647.2)
Інші витрати	2270	()	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(4752.8)	(8895.9)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	106.6	116.6
Податок на прибуток	2300	(19.2)	(21)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	87.4	95.6

Керівник

(підпис)

Якимчук Віталій Юрійович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Якимчук Віталій Юрійович

(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	ТОВ "КИЇВ-ПРОДУКТ"	Дата(рік,місяць,число)	2024	01	01
Територія	Голосіївський	за ЄДРПОУ	39807317		
Організаційно-правова форма господарювання	Приватне підприємство	за КАТОТТГ	UA800000000000126643		
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та моллюсками	за КОПФГ	120		
		за КВЕД	46.38		
Середня кількість працівників, осіб	5				
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська , будинок 114				
			0673422395		

1.Баланс на 31 грудня 2023 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	386,1	332,3	
Первісна вартість	1001	430,5	430,5	
Накопичена амортизація	1002	(44,4)	(98,2)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби :	1010	483,2	459,0	
первісна вартість	1011	641,8	748,9	
знос	1012	(158,6)	(289,9)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	869,3	791,3	
II. Оборотні активи				
Запаси :	1100	2 206,0	1 802,7	
у тому числі готова продукція	1103	273,2	200,6	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 159,0	1 772,0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	20,7	0,2	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	208,0	105,0	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	8,7	0,8	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	41,9	3,6	
Усього за розділом II	1195	3 644,3	3 684,3	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-	
Баланс	1300	4 513,6	4 475,6	

Додаток Д

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10,0	10,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	688,8	833,5
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	698,8	843,5
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	2 105,0	1 838,9
розрахунками з бюджетом	1620	18,5	97,4
у тому числі з податку на прибуток	1621	18,0	32,3
розрахунками зі страхування	1625	4,4	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 686,9	1 695,8
Усього за розділом III	1695	3 814,8	3 632,1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	4 513,6	4 475,6

2. Звіт про фінансові результати за Рік 2023 р.

Стаття		Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
1	2	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6 242,3	4 858,8	
Інші операційні доходи	2120	334,5	0,6	
Інші доходи	2240	-	-	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	6 576,8	4 859,4	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(4 601,0)	(3 041,1)	
Інші операційні витрати	2180	(1 796,2)	(1 711,7)	
Інші витрати	2270	(2,5)	(-)	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(6 399,7)	(4 752,8)	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	177,1	106,6	
Податок на прибуток	2300	(32,3)	(19,2)	
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	144,8	87,4	

ЕП Якимчук
Віталій
Юрійович

Керівник

(підпис)

Якимчук Віталій Юрійович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад