

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ:
Завідувач кафедри

_____ проф. Зайченко В.В.

«13» грудня 2024 р.

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ

на тему:

**«Розробка заходів щодо підвищення ефективності господарської діяльності
підприємства (на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ)»**

**«Development of measures to improve the efficiency of the company's business
activities»**

Виконав здобувач вищої освіти 2м курсу,
групи ЕП-23м-1,4 ОПП «Економіка
підприємства»
спеціальності 051 «Економіка»
Чибітько Любов Вікторівна

«13» грудня 2024 р.

Керівник роботи:
к.т.н., доцент Савеленко Г.В.

«13» грудня 2024 р.

Рецензент:
к.е.н., професор Савченко В. М.

«13» грудня 2024 р.

м. Кропивницький

Центральноукраїнський національний технічний університет
Факультет Економічний
Кафедра Економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 051 – «Економіка»
Освітньо-професійна Економіка підприємства
(освітньо-наукова) програма

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри економіки,
підприємництва та готельно-
ресторанної справи

(підпис)
д.е.н., проф Володимир ЗАЙЧЕНКО
(наук. ступінь, вч. звання, ім'я та прізвище)

« 5 » вересня 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Чибітько Любові Вікторівни

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи «Розробка заходів щодо підвищення ефективності
господарської діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «С ЕНД
ДОВЕРСІС», м. Київ»

2. Керівник роботи Савеленко Григорій Володимирович, к.т.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

3. Строк подання роботи до захисту 2024

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Мета кваліфікаційної роботи: дослід-
ження теоретичних основ та розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення
Ефективності господарської діяльності підприємства

Завдання: дослідити теоретико-методологічні засади та систематизувати наукові підходи до
визначення сутності поняття "ефективність діяльності підприємства"; узагальнити та
систематизувати сучасний інструментарій оцінювання ефективності господарської
діяльності підприємств з урахуванням галузевої специфіки; проаналізувати особливості економічної
діяльності оптових торговельних підприємств; здійснити комплексну діагностику
фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства;
запропонувати заходи щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Ознайомлення з літературними джерелами	09.09.24-20.09.24	
2.	Написання вступу та першого розділу «Теоретичні основи формування та оцінки ефективності діяльності підприємства»	21.09.24-10.10.24	
3.	Написання другого розділу «Аналіз результатів господарської діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»	11.10.24-07.11.24	
4.	Написання третього розділу «Розробка та обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства	08.11.24-19.11.24	
5.	Оформлення кваліфікаційної роботи	20.11.24-25.11.24	
6.	Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність та виявлення академічного плагіату	26.11.24-29.11.24	
7.	Підготовка ілюстративного матеріалу, отримання відгуку наукового керівника, зовнішньої рецензії, рецензії, підготовка до захисту	30.11.24-10.12.24	

Дата видачі завдання

« 5 » вересня 2024 р.

Керівник роботи _____ Савеленко Г. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняте до виконання

« 5 » вересня 2024 р.

Здобувач _____ Чибітько Л. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Чибітько Л. В. Розробка заходів щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ) кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за ОПП «Економіка підприємства» спеціальності 051 «Економіка» /Центральноукраїнський національний технічний університет. Кропивницький, 2024. 111 с.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, об'єкт та предмет дослідження. У першому розділі роботи досліджено теоретичні основи формування та оцінки ефективності діяльності підприємства.. Визначено особливості економічної діяльності оптових торговельних підприємств.

У другому розділі роботи здійснено аналіз результатів фінансово-економічної діяльності. Проведено SWOT-аналіз для досліджуваного підприємства. Здійснено аналіз фінансових результатів та ефективності використання виробничих ресурсів, Проведено аналіз ймовірності банкрутства та визначено, що підприємство є прибутковим.

У третьому розділі визначені фактори, що впливають на ефективність господарської діяльності та запропонований проєкт SMM-стратегії для просування фармацевтичних препаратів. За результатами розробки та економічного обґрунтування проєкту встановлено його високу інвестиційну привабливість. При загальному обсязі необхідних інвестицій у 560 995 грн прогнозований економічний ефект складає 840 600 грн. Розрахований коефіцієнт економічної ефективності на рівні 1,5 свідчить про значний потенціал рентабельності проєкту, оскільки кожна вкладена гривня генерує 1,5 грн прибутку.

Ключові слова: ефективність господарської діяльності, SMM-стратегія, SWOT-аналіз, торговельне підприємство

ANOTATION

Chybitko L. V. Development of measures to improve the efficiency of the company's business activities qualification work for the second (master's) level of higher education in the OPP 'Enterprise Economics', speciality 051 'Economics' / Central Ukrainian National Technical University. Kropyvnytskyi, 2024. 111 c.

The introduction substantiates the relevance of the topic, defines the purpose, object and subject of the study. In the first section of the paper, the theoretical foundations of formation and evaluation of enterprise performance are investigated. Peculiarities of economic activity of wholesale trade enterprises are determined.

The second section of the article analyses results of financial and economic activity. A SWOT-analysis for the researched enterprise has been carried out. It analyses financial results and efficiency of use of production resources, analyses probability of bankruptcy and determines that the enterprise is profitable.

In the third section, factors affecting the efficiency of economic activity are determined and a draft SMM strategy for the promotion of pharmaceuticals is proposed. According to the results of the development and economic justification of the project, its high investment attractiveness is established. With a total amount of necessary investments of 560,995 UAH, the projected economic effect is 840,600 UAH. The calculated economic efficiency coefficient at the level of 1.5 indicates a significant potential for the project's profitability, since each invested hryvnia generates 1.5 UAH of profit.

Keywords: efficiency of economic activity, SMM strategy, SWOT analysis, trading enterprise

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1 Економічна сутність та зміст поняття "ефективність діяльності підприємства"	10
1.2 Науково-методичний інструментарій оцінки ефективності господарської діяльності підприємства	18
1.3 Особливості економічної діяльності оптових торговельних підприємств	33
2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «S & D OVERSIS»	38
2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства	38
2.2. SWOT-аналіз діяльності підприємства	43
2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності	48
2.4. Аналіз ефективності використання виробничих ресурсів підприємства	62
2.4. Аналіз ймовірності банкрутства	68
3. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	73
3.1 Фактори, що впливають на ефективність господарської діяльності	73
3.2. Розробка проекту SMM-стратегії для просування фармацевтичних препаратів	75
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах турбулентного економічного середовища та посилення конкуренції на фармацевтичному ринку України особливої актуальності набуває питання підвищення ефективності господарської діяльності підприємств, що займаються дистрибуцією медичних препаратів та обладнання. Стрімкий розвиток медичної галузі, постійна поява інноваційних лікарських засобів та технологій, а також зростаючі вимоги до якості медичного обслуговування створюють нові виклики для компаній цього сектору.

Актуальність дослідження зумовлена низкою факторів:

- фармацевтична галузь є стратегічно важливою для національної безпеки та охорони здоров'я населення, особливо в умовах сучасних викликів, включаючи пандемічні загрози та необхідність забезпечення медичної допомоги під час військової агресії;
- оптимізація господарської діяльності підприємств оптової торгівлі медичними препаратами безпосередньо впливає на доступність та вартість лікарських засобів для кінцевого споживача, що має важливе соціальне значення;
- в умовах економічної нестабільності та валютних коливань підприємства галузі потребують впровадження ефективних механізмів управління ресурсами, оптимізації логістичних процесів та вдосконалення систем складського зберігання специфічної продукції;
- діджиталізація бізнес-процесів та впровадження сучасних інформаційних технологій у фармацевтичній дистрибуції створюють нові можливості для підвищення операційної ефективності, але водночас вимагають суттєвої трансформації усталених бізнес-моделей.

Саме тому розробка комплексних заходів щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємств фармацевтичної дистрибуції є не лише

актуальним науково-практичним завданням, але й необхідною умовою для забезпечення їх конкурентоспроможності та сталого розвитку в довгостроковій перспективі.

Теоретичну платформу дослідження становлять фундаментальні положення економічної науки, наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з питань управління ефективністю діяльності підприємства, оптимізації бізнес-процесів та digital-маркетингу, а саме В. Андрейчук, В. Базилевич, П. Буряк, Н. Василюк С. Войтко, О. Воронін, О. Гавриш, О. Гарафонов, В. Герасимчук, О. Гупало, А. Дейнеко, П. Друкер, Л. Захаркіна, І.Ф. Зинов'єв, Назаренко, І. Отенко, С. Мочерний, Г. Місько, С. Немирович, В. Ковальов, Ф. Кене, А. Куценко, Р. Кушваха, А. Ільїна, В. Петті, О. Петков, С. Покропивний, Д. Рікардо, Д. Саричев, Н. Савенко, О. Савицька, Є. Стрілець, Г. Фандель, А. Череп, Г. Швиданенко, А. Ярославський та ін.

Втім, наукові погляди зазначених дослідників демонструють значну варіативність у трактуванні ключових аспектів, методологічних засад та системи індикаторів оцінювання ефективності господарської діяльності, що зумовлює необхідність їх подальшого теоретичного осмислення та практичної адаптації. Саме тому дослідження цієї проблематики в рамках кваліфікаційної роботи є своєчасним та необхідним.

Мета та завдання дослідження.

Метою випускної кваліфікаційної роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ).

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення таких завдань:

- дослідити теоретико-методологічні засади та систематизувати наукові підходи до визначення сутності поняття "ефективність діяльності підприємства";

- узагальнити та систематизувати сучасний інструментарій оцінювання ефективності господарської діяльності підприємств з урахуванням галузевої специфіки;

- проаналізувати особливості економічної діяльності оптових торговельних підприємств;

- здійснити комплексну діагностику фінансово-господарської діяльності досліджуваного підприємства;

- запропонувати заходи щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процеси господарської діяльності ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні інструменти підвищення ефективності господарської діяльності підприємства в сучасних економічних умовах.

Інформаційну базу дослідження складають: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність підприємств фармацевтичної галузі; офіційні статистичні дані; наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань управління ефективністю господарської діяльності підприємств; аналітичні огляди фармацевтичного ринку; фінансова та управлінська звітність ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС»; матеріали спеціалізованих періодичних видань та інтернет-ресурсів.

Наукова новизна отриманих результатів кваліфікаційної роботи:

- *набуло подальшого розвитку* науково-практичний підхід до підвищення ефективності господарської діяльності підприємства через впровадження SMM-стратегії просування фармацевтичних препаратів, що враховує сучасні тенденції діджиталізації бізнесу та особливості фармацевтичного ринку.

Практичне значення результатів полягає у розробці конкретних рекомендацій та інструментів для підвищення ефективності господарської

діяльності підприємства у ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», а саме: розроблено проект SMM-стратегії для просування фармацевтичних препаратів, який може бути впроваджений у практичну діяльність підприємства для підвищення його конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

Апробація отриманих результатів: основні висновки та пропозиції виконаної кваліфікаційної роботи було викладено у доповіді на II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі», яка відбулася 27 листопада 2024 р. у м. Кропивницький, в ЦНТУ). Тези доповіді опубліковано у збірнику матеріалів конференції (назва тез доповіді – «Класифікація факторів впливу на управління ефективністю господарської діяльності»).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 111 сторінок, у тому числі 98 сторінки основного тексту. Ілюстративний матеріал кваліфікаційної роботи включає 25 таблиць і 7 рисунків.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Економічна сутність та зміст поняття "ефективність діяльності підприємства"

При вивченні результативності господарської діяльності підприємств, розкритті її сутності та ключових характеристик варто підкреслити особливе місце поняття «ефективність». Ця фундаментальна категорія пронизує практично всі сфери людського буття та господарювання, проте найбільш глибоко вона розкривається саме в економічній площині. В контексті сучасних фінансово-економічних досліджень аналіз та оцінка ефективності постійно перебувають у фокусі уваги провідних дослідників та експертів галузі. Економічна ефективність виступає фундаментом ринкової економіки, спрямованої на досягнення стратегічних цілей через постійне вдосконалення як загальної системи суспільного виробництва, так і окремих господарських одиниць [1].

Етимологічно термін «ефективність» походить від латинського слова «effectus» (виконання, дія) або «efficio» (виконую, дію). Ефект як результат діяльності може проявлятися у різноманітних формах - матеріальній, монетарній чи соціальній. Говорячи про економічний ефект, мають на увазі конкретні результати виробничої діяльності або надання послуг, що виражаються через показники виробничої вартості, національного доходу, валового випуску, приросту прибутковості чи оптимізації витрат [2].

У міжнародній практиці часто замість терміну «ефективність господарювання» використовують поняття «продуктивність виробничо-сервісної системи». Продуктивність при цьому розглядається як оптимальне використання всього спектру доступних ресурсів - від людського капіталу та фінансових активів

до матеріальних, енергетичних, земельних та інформаційних ресурсів - для створення продукції та надання послуг.

В сучасних умовах концепція ефективності все більше враховує не лише економічні, але й соціальні, екологічні та інноваційні аспекти діяльності підприємств. Це відображає комплексний підхід до оцінки результативності господарювання та відповідає принципам сталого розвитку.

Характерною особливістю ефективності виступає спроможність господарюючого суб'єкта досягати поставлених виробничо-економічних цілей при оптимальному споживанні наявних ресурсів, мінімізуючи можливі втрати. Це свідчить про тісний взаємозв'язок між результативністю діяльності та раціональністю використання ресурсного потенціалу.

Беззаперечним є той факт, що ефективність являє собою надзвичайно багатоаспектне та комплексне економічне явище. Провідні дослідники економічної науки відзначають її як одну з найбільш складних для вивчення та оцінювання категорій сучасної економіки. Важливо підкреслити, що розуміння сутності ефективності не залишалося статичним - воно еволюціонувало протягом тривалого історичного періоду, збагачуючись новими аспектами та підходами до трактування.

Значний внесок у розвиток теорії управління ефективністю зробила А. В. Куценко, яка провела всебічний аналіз даної проблематики [6]. Теоретико-методологічні засади ефективності як економічної категорії ґрунтовно досліджували такі науковці як А. В. Череп та Є. М. Стрілець [7], А. О. Ярославський [8], Т. С. Морщенок [9], І. Назаренко [10], Г. А. Місько [11], І. П. Отенко [12]. Різноманітні аспекти управління ефективністю знаходяться у фокусі досліджень О. І. Петкова [13], О. І. Гарафонової та Н. Василюка [14], Д. О. Саричева [15]. Можна констатувати, що на сьогоднішній день сформовано потужну теоретичну базу у сфері управління ефективністю діяльності підприємницьких структур.

Проведений аналіз наукових поглядів щодо трактування категорії «ефективність» дозволяє виокремити дві основні концептуальні течії: ресурсноорієнтований та результативний підходи. Прихильники ресурсного напрямку, серед яких Д. О. Саричев, Г. А. Місько, О. І. Гарафонова та Н. Василюк, при розкритті сутності цього поняття фокусуються на аспектах оптимального використання ресурсного потенціалу, розглядаючи ефективність переважно через призму економічної доцільності та раціональності споживання наявних ресурсів. Водночас представники результативного підходу, зокрема А. В. Куценко, А. В. Череп, Є. М. Стрілець, А. О. Ярославський, І. П. Отенко, О. І. Петков та І. Назаренко, наголошують на пріоритетності досягнутих результатів діяльності у співвідношенні до обсягу залучених ресурсів, акцентуючи увагу на продуктивності використання ресурсної бази.

Варто підкреслити, що універсального визначення поняття ефективності не існує. Із прогресом економічних відносин смислове наповнення категорії "ефективність" зазнало суттєвої трансформації, розширивши свої межі та охопивши широкий спектр чинників впливу. Сучасне трактування ефективності виходить за рамки суто кількісних параметрів, інтегруючи також якісні характеристики всіх стадій виробничого процесу. В ході наукових досліджень було розроблено комплексну класифікацію видів ефективності виробництва, яка базується на таких критеріях: природа отриманого результату, ієрархічний рівень суб'єкта господарювання, специфіка господарської діяльності, методологія обчислення, часовий аспект проведення розрахунків, тип виробничого процесу та характер понесених витрат.

У сучасному менеджменті особливе місце посідає процесний підхід Business Process Management (BPM), який набув активного розвитку з початку 2000-х років, досягнувши піку наукового інтересу в 2003 році. Ця концепція ґрунтується на системному баченні підприємства як цілісного механізму, де всі процеси

взаємопов'язані та взаємозалежні. Ключову роль у реалізації BPM відіграють сучасні інформаційні технології, які забезпечують не лише автоматизацію процесів, але й їх оптимізацію та контроль ефективності впровадження управлінських рішень.

Розглядаючи концепцію "ефективності діяльності підприємства", важливо відзначити її динамічний характер. Трансформація економічної ефективності господарюючих суб'єктів відбувається через якісні та кількісні зміни на різноманітних стадіях розвитку суспільства. В умовах економічного становлення України, показники ефективності формувались під впливом базових економічних законів, притаманних кожному суспільно-економічному устрою. У таблиці 1.2 представлено узагальнення ключових підходів до трактування терміну "ефективність діяльності підприємства".

В сучасних умовах інтерпретація ефективності діяльності підприємства дедалі більше охоплює наступні виміри:

- діджиталізація операційних процесів;
- спроможність оперативно пристосовуватися до динамічного середовища;
- наявність та використання інноваційних можливостей;
- дотримання екологічних стандартів та принципів збалансованого розвитку;
- створення соціальної цінності для зацікавлених сторін;
- результативність управлінських практик та внутрішньої культури.

Варто зазначити, що інтеграція BPM в сучасному бізнес-середовищі нерозривно взаємодіє з принципами agile-управління та lean-підходів, що забезпечує підвищення показників ефективності підприємств через адаптивність та раціоналізацію бізнес-процесів.

«Тлумачення поняття «ефективність» різних авторів»

Автор(и)	Визначення, джерело
1	2
Андрійчук В. Г.	Тлумачить ефективність як результативність певного процесу, дії, що вимірюється співвідношенням між отриманим результатом і витратами (ресурсами), що його спричинили з врахуванням умов зовнішнього і внутрішнього середовища [16, с. 397]”
Базилевич В. Д.	Ефективність виробництва - це “категорію, яка характеризує віддачу, результативність виробництва. Вона свідчить не лише про приріст обсягів виробництва, а й про те, якою ціною, якими витратами ресурсів дається цей приріст, тобто свідчить про якість економічного зростання [16, с. 129]”.
Гарафонов О. І., Василіук Н.	Економічна ефективність роботи бізнес-організації – комплексне поняття, яке визначається, виходячи з ефективності складових процесів, і показує, наскільки добре організація використовує свої ресурси, щоб зробити прийнятні товари та послуги, порівняно з встановленою нормою, метою або стандартом [14, с. 28].
Куценко А. В.	Ефективність є багатоаспектним поняттям і, як характеристика діяльності, визначається співвідношенням результату діяльності до її потреб, цілей і витрат. Дане поняття вживається тільки стосовно цілеспрямованої дії або процесу, що дозволяє кваліфікувати його як управлінську категорію [6, с. 15]
Лібенштайн Х., Фішер С., Дорнбуш Р., Шмалензі Р.	Оцінюють ефективність як зовнішнє поняття, яке враховує розподіл ресурсів [3].
Макконелл К., Брю С.	Вважають, що ефективність характеризує зв'язок між кількістю одиниць обмежених ресурсів, які використовуються в процесі виробництва, та отриманою в результаті кількістю певного потрібного продукту. [18]
Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф.	Відзначали, що ефективність у цілому характеризується співвідношенням між обсягом виробництва продукції і необхідними для її виготовлення ресурсами, тобто визначається як внутрішній параметр функціонування підприємства, віддзеркалюючи ефективність використання ресурсів [5].
Місько Г. А.	Під ефективністю слід розуміти оцінку використання ресурсів підприємства у ході реалізації стратегії [11, с. 101].

1	2
Морщенок Т. С.	Ефективність є багатоаспектним і складним економічним поняттям, під яким розуміють: по-перше, результативність діяльності (процесу, проекту, реалізації заходів), що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату; по-друге, комплексну оцінку результатів використання всіх видів ресурсів; по-третє, міру досягнення поставлених цілей [9, с. 12-13].
Назаренко І.	Ефективність – це економічна категорія, яка є результативністю функціонування системи і розраховується як відношення отриманого результату (ефекту) до витрат коштів, ресурсів [10, с. 18].
Отенко І. П.	Економічна ефективність характеризує зв'язок між обсягом ресурсів і кількістю та якістю продукту, який було вироблено [12, с. 191].
Паретто В., Шумпетер Й.	Під «ефективністю» розуміли відношення витрат і результатів [4].
Петков О. І.	Ефективність – це економічна категорія, яка є доволі поширеною в соціальних науках, що відображає відношення економії сукупних витрат уречевленої та живої праці до отриманого кінцевого результату діяльності будь-якого суб'єкта господарювання [13, с. 393].
Покропивний С. Ф.	Визначає ефективність виробництва як “.комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили (працівників) за певний проміжок часу [16]”. Автор ототожнює поняття ефективності та продуктивності, а найважливішим компонентом для визначення ефективності виробництва вважає результативність.
Рікардо Д.	Поняття «ефективність» визначив як «відношення отриманого результату до певного виду витрат» [5].
Саричев Д. О.	Ефективність операційної діяльності – міра економічності використання ресурсів підприємства (фондів, часу, енергії, ресурсів праці, інформації) та їх перетворення у соціально-економічні результати основної (операційної) діяльності та / або досягнення цільових параметрів функціонування підприємства [15, с. 138].
Череп А. В., Стрілець Є. М.	Економічна ефективність – це максимальна вигода, яку можна отримати при мінімальних затратах в процесі економічної діяльності з урахуванням додаткових умов, які мають місце в момент визначення ефективності відповідного господарського заходу [7].
Ярославський А. О.	Ефективність – інтегрована економічна категорія, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату [8, с. 174]

«Тлумачення поняття «ефективність діяльності підприємства» різних авторів»

Автор(и)	Визначення, джерело
1	2
Кравченко В. О.	Ефективність діяльності підприємства – це комплексна характеристика, що відображає співвідношення між результатами діяльності та витратами або ресурсами, залученими для досягнення відповідного результату, та визначає перспективи функціонування та розвитку суб’єкта господарювання у довгостроковому періоді [19].
Емерсон	Ефективність діяльності підприємства – це максимально вигідне співвідношення між сукупними витратами і економічними результатами [5].
Хачатуров Т.С.	Пропонував визначати ефективність діяльності підприємства з урахуванням виконання встановлених планів випуску продукції і собівартості, і стверджував, що стимулюючи освоєння нових потужностей без урахування ефективності вироблених витрат неможливо [5].
Друкер П.	Ефективність діяльності підприємства пропонував оцінювати показниками прибутку і рентабельності [20].
Долан Е.	Визначає «ефективність діяльності підприємства» як вибір вірних цілей, на яких фокусується вся енергія підприємства [20].
Паретто В.	Вважає, що «економічна ефективність діяльності підприємства – це стан, при якому неможливо збільшити міру задоволення потреб хоча б однієї людини, не погіршуючи при цьому положення іншого члена суспільства» [5, 20].
Майстро Р.Г., Щербак Ю.С.	Це категорія, яка виражає відповідність результатів і витрат підприємства цілям діяльності та інтересам власників [21, с 100]
Жучкова Г.А.	Це відношення виготовленої продукції за певний проміжок часу до кількості ресурсів, які необхідні для створення цієї продукції [22, с. 126]

1	2
Богацька Н.М. та ін.	Це категорія, яка виражає відповідність результатів і витрат підприємства цілям діяльності та інтересам власників у грошовій формі [23]
Куцаренко Н.В.	Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність вироблених підприємством товарів і послуг умовами ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристикам, а й по комерційних і інших умовах їх реалізації, що включає такі поняття, як ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама тощо [24, с. 11]
Куценко А.В.	Цілеспрямоване оперативне регулювання діяльності за напрямками управління ефективністю для забезпечення відповідності фактичного стану підприємства заданим параметрам [25]
Гончарук А.Г., Лазарева Н.О.	Це економічна категорія, яка виражає здатність підприємства досягати встановлених тактичних та стратегічних цілей з оптимальними витратами ресурсів, що найбільш повно забезпечує реалізацію економічних інтересів його власників [26]
Якимчук Т. В	Пропонує визначати ефективність діяльності підприємства з урахуванням виконання встановлених планів випуску продукції і собівартості, і стверджує, що стимулюючи освоєння нових потужностей без урахування ефективності вироблених витрат неможливо [27].
Макконелл К. і Брю С.	Стверджують, що ефективність характеризує зв'язок між кількістю одиниць обмежених ресурсів, які використовуються в процесі виробництва та отриманою кількістю потрібного продукту. Збільшення кількості продукту, отриманого від даного обсягу витрат, вказує на підвищення ефективності, а зменшення обсягу продукту від даної кількості витрат вказує на зниження ефективності [18]

Таким чином, різноманітність концептуальних підходів до розуміння сутності ефективності діяльності підприємства зумовлена багатогранністю теоретичних позицій щодо її аналізу та оцінювання. Кожен з підходів акцентує увагу на певному аспекті загальної проблематики, що підкреслює комплексний характер даної економічної категорії. Сучасне трактування ефективності виходить за межі традиційного співвідношення результатів та витрат, охоплюючи також інноваційну, соціальну, екологічну та управлінську складові діяльності підприємства. Це вимагає розробки інтегрованих підходів до оцінювання ефективності, які б враховували як кількісні показники результативності, так і якісні параметри сталого розвитку бізнесу в умовах динамічного ринкового середовища.

На основі аналізу наукової літератури, пропонуємо наступне визначення, яке на нашу думку найбільш повно та комплексно розкриває сутність досліджуваного поняття, враховує його багатоаспектність та може бути застосоване для підприємств різних галузей економіки, зокрема і для підприємств оптової торгівлі: **Ефективність діяльності підприємства** – це комплексна економічна характеристика, що відображає здатність підприємства досягати поставлених цілей та максимальних результатів при оптимальному використанні наявних ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних), враховуючи вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Подальший розвиток теорії ефективності має відбуватися у напрямі синтезу різних концептуальних підходів та формування цілісної парадигми, що відповідатиме викликам сучасної економіки.

1.2 Науково-методичний інструментарій оцінки ефективності господарської діяльності підприємства

Науково-методичний інструментарій оцінки ефективності господарської діяльності підприємства представляє собою комплексну систему методів,

підходів та показників, що використовуються для всебічного аналізу результативності діяльності підприємства.

В основі цього інструментарію лежать різні методичні підходи до оцінки ефективності. Традиційний підхід базується на класичній теорії ефективності діяльності підприємства і передбачає розрахунок співвідношення результату до витрат. Багатофакторний підхід враховує вплив різних факторів виробництва на кінцевий результат діяльності. Системний підхід розглядає підприємство як складну економічну систему, ефективність якої оцінюється комплексно.

Важливою складовою інструментарію є система показників, яка включає кількісні та якісні індикатори. Серед основних груп показників виділяють: показники ефективності використання ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових), показники фінансового стану, показники ділової активності, рентабельності та прибутковості. Кожна група показників має свої особливості розрахунку та нормативні значення.

Сучасний інструментарій також включає методи економіко-математичного моделювання, які дозволяють виявити взаємозв'язки між різними аспектами діяльності підприємства та прогнозувати зміни ефективності. Широко застосовуються методи статистичного аналізу, порівняльного аналізу, факторного аналізу.

Особливе місце займають інтегральні методи оцінки. Інтегральні методи оцінки є важливим інструментом комплексного аналізу ефективності діяльності підприємства, оскільки дозволяють отримати узагальнену характеристику його діяльності на основі зведення різних за характером показників в єдиний інтегральний показник.

Сутність інтегральної оцінки полягає у виконанні поетапного аналізу. Спочатку формується система часткових показників, які характеризують різні аспекти діяльності підприємства. Ці показники можуть мати різні одиниці виміру та різну спрямованість (стимулятори та дестимулятори). Наступним кроком є стандартизація (нормування) показників для приведення їх до

порівнянню вигляду. Це може здійснюватися різними способами: відносно еталонного значення, середнього по галузі, або нормативного показника.

Після стандартизації показників відбувається їх зважування – визначення вагових коефіцієнтів, які відображають значимість кожного показника у загальній оцінці. Вагові коефіцієнти можуть визначатися експертним шляхом, статистичними методами або на основі економіко-математичного моделювання.

Заключним етапом є розрахунок інтегрального показника, який може здійснюватися різними методами:

- адитивним (на основі суми зважених нормованих показників);
- мультиплікативним (на основі добутку показників);
- середньої геометричної;
- таксономічним (через розрахунок відстані до еталону).

Особливу роль в інтегральній оцінці відіграє метод таксономічного показника розвитку, який дозволяє врахувати вплив як позитивних, так і негативних факторів на загальний рівень ефективності. Цей метод передбачає формування точки-еталону з найкращими значеннями показників та розрахунок відстані від фактичних значень до еталонних.

Перевагами інтегральних методів є можливість отримання однозначної оцінки діяльності підприємства, простота інтерпретації результатів, можливість порівняння підприємств між собою. До недоліків можна віднести певну суб'єктивність при визначенні вагових коефіцієнтів та можливість втрати частини інформації при згортанні показників.

В сучасних умовах інтегральні методи активно використовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх інвестиційної привабливості, фінансової стійкості. Вони дозволяють не тільки оцінити поточний стан підприємства, але й відслідковувати динаміку змін його ефективності в часі.

При використанні інтегральних методів важливо правильно підібрати систему показників, які будуть включені до розрахунку, забезпечити їх репрезентативність та уникнути дублювання інформації. Також необхідно

періодично переглядати склад показників та їх вагові коефіцієнти з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стратегії розвитку підприємства.

У сучасних умовах важливою складовою інструментарію стають методи оцінки нефінансових показників ефективності, таких як якість продукції, задоволеність клієнтів, інноваційність, екологічність виробництва. Це пов'язано з розширенням розуміння ефективності та необхідністю враховувати соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства.

У процесі застосування методологічного та наукового інструментарію необхідно брати до уваги специфіку галузі, масштаби підприємства, його організаційну будову та стратегічні орієнтири. Такий підхід забезпечує можливість селекції найдоречніших методів та індикаторів оцінювання, котрі забезпечать достовірне відображення результативності функціонування підприємства та сприятимуть ідентифікації потенціалу для її зростання.

В умовах постійного розвитку українських підприємств постає потреба у впровадженні інноваційних методів оцінювання та аналітичних підходів, здатних всебічно охопити економічні індикатори, оскільки традиційні методики можуть виявитися недостатньо комплексними. Такі економічні параметри є фундаментальними для формування стратегічних завдань та результативного менеджменту. Наукова спільнота систематично здійснює різнопланові дослідження у цьому напрямку.

Фахова економічна література пропонує різноманітні концептуальні методології оцінювання економічної результативності господарювання. Зокрема, методологічний підхід, розроблений Герчиковою І.Н., базується на оцінці ефективності через призму фактичних виробничих витрат. Згідно з її концепцією, вимірювання ефективності має ґрунтуватися на аналізі рентабельності активів та прибутковості як власних, так і залучених фінансових ресурсів.

Методологія, запропонована науковцями Шереметом А. Д. та Сайфулінім Р. С., передбачає комплексне оцінювання ефективності як задіяних, так і

спожитих ресурсів, враховуючи також показники швидкості обігу та дохідності коштів, включно з аналізом джерел їх формування [30].

Єфімова О. В. обґрунтовує підхід, за яким аналіз ефективності повинен спиратися на показники рентабельності інвестованого капіталу, з обов'язковим врахуванням фінансових зобов'язань при залученні кредитних ресурсів. При цьому оцінка рентабельності має базуватися на аналізі чистого прибутку – тобто залишкових коштів, якими підприємство може вільно розпоряджатися [31].

Досліджуючи функціонування підприємств у ринковому середовищі, Г. Шмален акцентує увагу на економічній результативності. Науковець трактує економічність як здатність досягати запланованих результатів за умови мінімізації витрат або їх утримання на визначеному рівні. Водночас, автор виділяє фінансову стабільність та прибутковість як ключові індикатори успішності підприємницької діяльності в умовах ринку. При цьому рентабельність розглядається у двох аспектах: як прибутковість вкладеного капіталу та як загальна результативність підприємства [32].

Науковці Погребняк А. Ю. та Ліннік І. М. у своєму дослідженні здійснили ґрунтовний аналіз та запропонували систематизацію трьох базових методологічних підходів до оцінювання ефективності підприємства [32].

Ринкові механізми дозволяють здійснювати порівняльний аналіз певного підприємства з аналогічними суб'єктами господарювання, в той час як прибутковість визначається потенційною цінністю активів і насамперед відображає позицію інвестора. Результативність підприємницької діяльності є визначальним фактором економічної ефективності компанії. Кожен методологічний підхід характеризується специфічними перевагами та обмеженнями, а доцільність їх застосування визначається конкретними умовами та поставленими завданнями.

Суттєвого значення набуває розгляд концепції "ефективність" у різних площинах, що сприяє глибшому розумінню багатогранності проблематики та демонструє розмаїття критеріїв оцінювання. Такий підхід також розкриває концептуальні засади, які впливають на селекцію відповідних критеріїв. При

аналізі результативності діяльності виокремлюють економічний, організаційний та соціальний виміри ефективності.

Усі форми ефективності перебувають у тісному взаємозв'язку та взаємозалежності. Зростання економічної результативності створює позитивний вплив на інші аспекти ефективності. Соціальна ефективність, у свою чергу, інтегрує елементи як економічної, так і організаційної результативності, маючи за кінцеву мету максимальне забезпечення потреб персоналу.

Вважаємо, що комплексний аналіз ефективності функціонування підприємства потребує обов'язкового дослідження показників результативності за ключовими векторами його діяльності. Запропонована нами концептуальна модель, розроблена на базі досліджень М.І. Небави [33, с. 66–67] та доповнена ринковим компонентом, окреслює основні напрями оцінювання результативності підприємницької діяльності (рис. 1.1).

Ресурсний напрям, як першочерговий елемент аналізу, зосереджується на дослідженні ефективності використання наявного виробничого потенціалу та трудових ресурсів. При цьому критично важливим є моніторинг коефіцієнта завантаженості виробничого устаткування, аналіз структурних компонентів собівартості продукції з акцентом на співвідношення амортизаційних відрахувань, матеріальних затрат та витрат на оплату праці. Необхідним є вивчення динаміки цих індикаторів та їх зіставлення з аналогічними показниками конкурентного середовища. У контексті оборотних активів ключовим параметром виступає швидкість їх циркуляції, що вимагає детального аналізу факторів її оптимізації, зокрема: мінімізації обсягів незавершеного виробництва; модернізації системи матеріально-технічного забезпечення для раціоналізації виробничих запасів; інтенсифікації збуту готової продукції через активізацію маркетингових інструментів; оптимізації рівня дебіторської заборгованості.



Рис. 1.1 - Напрями оцінки ефективності діяльності підприємства

Важливим аспектом є також дослідження додаткових шляхів оптимізації використання матеріальних ресурсів: виявлення ключових факторів втрат та неефективного споживання ресурсів; впровадження науково обґрунтованих норм матеріальних втрат; запровадження системи рециклінгу вторинної сировини; формування дієвого механізму мотивації за ощадливе використання сировинних, енергетичних та матеріальних ресурсів; пріоритетне впровадження інноваційних високотехнологічних матеріалів.

При оцінюванні ефективності використання кадрового потенціалу підприємства особливу увагу варто приділити таким ключовим аспектам: аналізу непродуктивних витрат робочого часу протягом зміни; втратам продуктивного часу через плинність персоналу; ступеню впровадження автоматизованих систем, механізації виробничих процесів та комп'ютерного забезпечення;

дослідженню системи матеріального стимулювання працівників; аналізу відповідності кваліфікаційної структури персоналу професійним вимогам.

В організаційному вимірі здійснюється ідентифікація потенційних резервів підвищення ефективності поточних проектів підприємства. Першочергова увага при цьому зосереджується на результативності управлінських процесів.

Організація виробничого процесу становить ключовий компонент ефективності підприємства та водночас містить значний потенціал для її нарощування. Доцільним є проведення всебічного аналізу факторів, що впливають на результативність організації діяльності – від мікрорівня окремого робочого місця до макрорівня підприємства в цілому.

Ринковий вектор аналізу передбачає виявлення потенціалу підвищення ефективності як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі підприємства. Основний фокус спрямовується на дослідження конкурентної динаміки та балансу ринкових сил попиту й пропозиції.

Технологічний напрям, хоч і завершує перелік, але має критичне значення для пошуку резервів підвищення ефективності. Особливої актуальності подолання технологічного розриву набуває для українського підприємницького сектору.

В системі оцінювання ефективності діяльності підприємств оптової торгівлі ключову роль відіграє специфічний набір показників, що відображають особливості їх операційної діяльності. Зокрема, особливої ваги набуває аналіз ефективності управління товарними запасами, оскільки вони складають значну частину оборотних активів таких підприємств. Важливими індикаторами є коефіцієнт оборотності товарних запасів, тривалість одного обороту запасів, а також рентабельність запасів, що дозволяють оцінити швидкість їх перетворення у грошові кошти та ефективність вкладених у запаси коштів.

Показники оборотності активів набувають критичного значення, адже швидкість обігу капіталу безпосередньо впливає на фінансові результати оптового підприємства. При цьому аналізуються не лише загальні показники

оборотності активів, але й окремо досліджується оборотність дебіторської заборгованості, що характеризує ефективність кредитної політики підприємства щодо клієнтів.

Якість логістичних процесів у оптовій торгівлі відіграє визначальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Оцінюються такі аспекти як своєчасність поставок, оптимальність маршрутів доставки, ефективність складської логістики, точність виконання замовлень. Важливими є показники витрат на логістичне обслуговування та їх співвідношення з отриманими доходами.

Рівень обслуговування клієнтів стає все більш важливим фактором успіху в оптовій торгівлі. Оцінюється швидкість обробки замовлень, повнота їх виконання, якість консультаційного супроводу, гнучкість умов співпраці та здатність задовольняти індивідуальні потреби клієнтів. Особлива увага приділяється показникам лояльності клієнтів та їх задоволеності якістю обслуговування, що безпосередньо впливає на довгострокову ефективність діяльності підприємства.

Всі ці показники взаємопов'язані та формують комплексну систему оцінки ефективності, що дозволяє виявляти проблемні аспекти діяльності та приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо їх усунення.

Синтезуючи проведений аналіз, варто відзначити, що існуючі методики оцінювання та аналізу ефективності діяльності підприємств в Україні характеризуються певними обмеженнями: вони орієнтовані на оцінку підприємств у відриві від ринкового контексту, дозволяють ґрунтовно проаналізувати вплив ендегенних факторів, але недостатньо враховують екзогенні ринкові чинники; відсутній інструментарій оцінки динаміки ефективності залежно від рівня задоволення ринкового попиту; не забезпечують можливості оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, його здатності до утримання та розширення клієнтської бази, розвиненості корпоративної культури; характеризуються ретроспективністю показників, що суттєво знижує їх цінність для стратегічного управління.

Вважаємо, що для формування об'єктивної оцінки результативності функціонування підприємства необхідне застосування інтегрованої системи індикаторів, яка охоплює показники ефективності використання: людського капіталу, виробничих фондів та матеріальних ресурсів; управлінської та організаційної складової; технічного та технологічного потенціалу; ринкової позиції в контексті конкурентних сил та співвідношення попиту і пропозиції.

У практиці оцінювання економічної ефективності виробничих підприємств традиційно застосовується набір ключових індикаторів, серед яких: показники рентабельності, норма прибутковості, продуктивність праці, рівень собівартості продукції, трудомісткість виробництва, матеріаломісткість та фондомісткість.

Аналіз усталених методик оцінки ефективності виявляє їх невідповідність сучасним управлінським викликам через низку суттєвих обмежень. Зокрема, спостерігається брак нефінансових метрик, недостатня інтеграція зі стратегічним плануванням, надмірна концентрація на історичних результатах, короткострокова орієнтація та вузький фокус, що враховує інтереси виключно власників і менеджменту. Економічний ефект відображається через систему вартісних показників, які характеризують проміжні та підсумкові результати господарювання. Різні економічні ефекти демонструють організаційну ефективність через такі параметри як зростання продуктивності праці, динаміку плинності персоналу, підвищення прибутковості, оптимізацію капіталомісткості тощо. При цьому соціальна ефективність проявляється у досягненні суспільно значущих результатів, включаючи покращення умов праці та зростання добробуту населення [34].

Для визначення економічної ефективності зазвичай використовується критерій співвідношення між отриманим результатом (ефектом) та витратами. Загальна формула має вигляд: $E = R / C$, де: E - економічна ефективність; R (Result) - отриманий результат (ефект); C (Cost) - витрати на досягнення результату.

Також часто використовуються більш специфічні показники ефективності:

- рентабельність: $ROI = (\text{Прибуток} / \text{Інвестиції}) \times 100\%$
- період окупності: $T = \text{Інвестиції} / \text{Щорічний прибуток}$
- чиста приведена вартість (NPV):

Загальноприйнятий методологічний принцип оцінювання ефективності функціонування підприємства базується на співвідношенні досягнутих результатів до затрачених ресурсів чи понесених витрат. Відповідно, індикатори ефективності представляють собою співвідносні показники.

При проведенні аналізу результативності підприємства враховується комплекс його ключових характеристик, зокрема:

- розмір та особливості операційної діяльності;
- поточна фаза життєвого циклу підприємства;
- форма власності майна;
- стратегічні цілі та напрямки господарювання.

Серед перелічених характеристик найсуттєвіший вплив має саме галузева спрямованість підприємства. Сучасні підприємства вирізняються багатокомпонентною організаційною структурою, розгалуженою системою внутрішніх та зовнішніх інформаційних комунікацій, технічною складністю виготовленої продукції, комплексністю виробничо-ресурсної бази, тривалістю виробничих циклів, високим рівнем спеціалізації та потребою у кваліфікованих інженерно-технічних кадрах і профільних спеціалістах.

Оцінювання результативності господарювання підприємства здійснюється через аналіз ефективності його функціонування, що знаходить своє відображення у співвідношенні сукупного економічного результату до витрачених ресурсів. Ключовими індикаторами успішності управління підприємством виступають показники прибутковості та рентабельності, які демонструють якість менеджменту та раціональність використання ресурсного потенціалу.

Сучасний інструментарій діагностики ефективності бізнесу охоплює як класичні методи фінансового аналізу, так і інноваційні підходи, зокрема концепцію економічної доданої вартості та збалансовану систему показників.

Проте зростаюча складність організаційних структур та систем управління створює додаткові виклики для менеджменту у визначенні конкретних чинників та процесів, що формують результативність підприємницької діяльності. При проведенні всебічного економічного аналізу, окрім узагальнюючих індикаторів, застосовуються специфічні аналітичні показники, які характеризують окремі економічні аспекти та залежать від впливу різноманітних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Для забезпечення об'єктивності оцінювання, система показників ефективності має відповідати певним критеріям та вимогам.

Таблиця 1.3

Вимоги до показників ефективності

Вимоги до показника оцінки ефективності	Характеристика та зміст
Придатність	Показники, що входять до системи, мають бути з вимірниками саме ефективності виробництва, тобто являти собою співвідношення витрат і результатів виробничої діяльності.
Повнота і вичерпний характер	Система має містити показники, необхідні для вимірювання економічної ефективності діяльності в межах об'єкта дослідження
Унікальність і взаємозаперечний характер	Показники системи не мають дублювати один одного
Надійність і об'єктивність	Помилки вимірювань мають задовольняти прийняті статистичні передумови або мають бути мінімізовані. Під час побудови показників варто переконатися у достовірності даних
Доступність для розуміння й однозначність	Показники мають містити подібний зміст і водночас бути зрозумілими під час використання системи. Недопустимим є подвійне значення показників

Процес встановлення метрик для вимірювання бізнес-ефективності хоча й викликає певні складнощі, проте є цілком здійсненним завданням. Багатокомпонентна структура сучасних підприємств створює додаткові перешкоди для точного визначення індикаторів результативності в практичній площині. При формуванні системи оціночних показників варто враховувати низку критичних аспектів:

Комплексна оцінка впливу маркетингових заходів на динаміку збуту чи витрати на утримання клієнтської бази потребує складних калькуляцій. Функціонування компанії відбувається під впливом множини факторів - від

макроекономічної кон'юнктури та конкурентного середовища до регуляторних змін, що ускладнює встановлення прямих причинно-наслідкових залежностей.

Обмеженість доступу до повної та достовірної інформації про діяльність компанії створює бар'єри для якісного аналізу та впровадження релевантних показників ефективності.

Оцінювання результативності має суб'єктивний характер, оскільки різні стейкхолдери можуть висувати відмінні вимоги та очікування щодо діяльності підприємства.

Бізнес-середовище характеризується перманентною трансформацією ринкових умов та правил гри. Така волатильність зумовлює необхідність систематичного оновлення системи показників ефективності для забезпечення їх відповідності актуальним реаліям.

Додатково варто зазначити, що ефективна система оцінювання має включати як кількісні, так і якісні показники. Серед кількісних метрик особливу увагу слід приділяти фінансовим (ROI, EBITDA, маржинальність) та операційним показникам (продуктивність праці, оборотність активів). Якісні індикатори мають охоплювати рівень задоволеності клієнтів, впізнаваність бренду, корпоративну культуру та інноваційний потенціал підприємства. Збалансоване поєднання цих метрик дозволяє отримати комплексне уявлення про ефективність бізнесу та виявити потенційні напрямки для вдосконалення.

Розробка системи індикаторів для оцінювання бізнес-ефективності являє собою непросте, але цілком досяжне завдання. Багаторівнева структура сучасних підприємств виступає одним із ключових факторів, що утруднюють встановлення адекватних показників результативності в реальних умовах господарювання. При формуванні такої системи необхідно брати до уваги ряд суттєвих особливостей:

Квантифікація впливу маркетингових кампаній на динаміку реалізації продукції чи витрати на підтримку клієнтської лояльності вимагає комплексних обчислень. Діяльність підприємства перебуває під впливом численних чинників, серед яких економічна кон'юнктура, інтенсивність конкурентної боротьби та

трансформація нормативно-правового поля, що суттєво ускладнює ідентифікацію прямих каузальних зв'язків.

Лімітований доступ до повноцінної та достовірної корпоративної інформації створює суттєві перешкоди для проведення глибокого аналізу та імплементації релевантних критеріїв ефективності.

Процес оцінювання результативності характеризується значним рівнем суб'єктивності, оскільки різні групи стейкхолдерів можуть висувати неоднакові вимоги та мати відмінні очікування щодо результатів діяльності підприємства.

Бізнес-середовище відзначається перманентною трансформацією ринкових умов та правил функціонування. Така динамічність обумовлює необхідність регулярного оновлення системи індикаторів ефективності для забезпечення їх відповідності поточним умовам господарювання.

Оцінювання результативності підприємства реалізується через функціональний підхід, що базується на аналізі ефективності окремих структурних одиниць чи операційних напрямків, включаючи виробничу діяльність, маркетингові заходи, фінансовий менеджмент, управління людськими ресурсами тощо. Для кожного функціонального напрямку розробляються специфічні індикатори результативності, що дозволяють виміряти ефективність відповідної діяльності [36, 37].

Факторний підхід до оцінки ефективності підприємства передбачає комплексне врахування множини чинників впливу, серед яких ринкова кон'юнктура, забезпеченість фінансовими ресурсами, рівень технологічного розвитку, конкурентне середовище тощо. Ключовим аспектом такого аналізу виступає дослідження взаємозалежностей між означеними факторами та їх сукупним впливом на результати господарської діяльності.

Інтегрований підхід характеризується використанням розгалуженої системи індикаторів, що охоплюють різноманітні аспекти функціонування підприємства - від фінансово-економічних та виробничих показників до маркетингових, соціальних та екологічних метрик. Такий метод забезпечує

формування комплексного уявлення про ефективність компанії та сприяє об'єктивності оцінювання.

Кожен із зазначених методологічних підходів, маючи власний набір переваг та обмежень, може бути ефективно застосований залежно від специфіки бізнесу та конкретних умов його функціонування.

Застосування інтегрованої моделі оцінювання результативності забезпечує всебічний аналіз функціонування підприємства у розрізі його різноманітних операційних аспектів. Така модель виступає фундаментальним базисом для вироблення управлінських рішень та оптимізації загальної ефективності господарювання.

Результативність організації суттєво корелює із рівнем задоволення інтересів стейкхолдерів, що безпосередньо впливає на стійкість її розвитку та успішність діяльності. До кола зацікавлених сторін входять споживачі, персонал, інвестори, бізнес-партнери, органи державної влади, громадські інституції та інші суб'єкти. Задоволення споживчих потреб реалізується через пропозицію високоякісних товарів чи послуг, що повністю відповідають очікуванням клієнтів за параметрами якості продукції, сервісного обслуговування та клієнтської підтримки.

Паралельно, забезпечення потреб працівників досягається формуванням оптимального робочого середовища, наданням можливостей професійного розвитку, доступом до навчальних програм та системи підвищення кваліфікації, впровадженням конкурентних компенсаційних пакетів. Водночас, задоволення очікувань інвесторів передбачає гарантування фінансової стабільності та життєздатності підприємства, що супроводжується регулярною звітністю та транспарентною комунікацією щодо результатів діяльності.

Досягнення балансу інтересів суспільства та регуляторних органів через дотримання нормативно-правових вимог, етичних стандартів і соціальних зобов'язань, у поєднанні з проактивною участю у розвитку локальних спільнот та реалізацією екологічних ініціатив, набуває стратегічної важливості у глобальному контексті. Ефективне управління взаємовідносинами зі

стейхолдерами відіграє фундаментальну роль у розбудові сталого та успішного бізнесу, оскільки сприяє формуванню надійних партнерських відносин, посилює рівень довіри та мобілізує додаткові ресурси для забезпечення подальшого розвитку підприємства.

1.3 Особливості економічної діяльності оптових торговельних підприємств

Господарська діяльність підприємств торгівлі має низку специфічних особливостей, які відрізняють її від діяльності виробничих підприємств. Насамперед, торговельні підприємства виступають посередниками між виробниками та кінцевими споживачами, що визначає їх ключову роль у системі товарного обігу. Основною функцією таких підприємств є реалізація товарів через процес купівлі-продажу.

Важливою особливістю є те, що торговельні підприємства не створюють нового продукту, а забезпечують зміну форм вартості – з товарної на грошову. При цьому вони надають додаткові послуги, які створюють додану вартість: зберігання товарів, формування асортименту, передпродажна підготовка, консультування покупців, організація доставки.

Специфіка торговельної діяльності проявляється також у структурі ресурсів підприємства. На відміну від виробничих підприємств, у торгівлі значну частку активів становлять товарні запаси та торговельні площі. Оборотність товарних запасів є одним з ключових показників ефективності діяльності, оскільки безпосередньо впливає на фінансовий результат.

Характерною рисою торговельних підприємств є висока залежність від місця розташування та купівельної спроможності населення у зоні обслуговування. Також важливу роль відіграє сезонність попиту, яка впливає на організацію товароруху та планування закупівель.

Особливої уваги заслуговує структура витрат торговельних підприємств. Основну частку становлять витрати обігу, пов'язані з придбанням товарів та їх реалізацією. Значними статтями витрат є оренда торговельних площ, заробітна

плата торговельного персоналу, витрати на зберігання та транспортування товарів.

У сучасних умовах торговельні підприємства активно впроваджують інноваційні технології продажу, включаючи електронну комерцію та омніканальні підходи до організації торгівлі.

Електронна в сучасній торгівлі є ключовими інструментами підвищення конкурентоспроможності підприємств. Розгляньмо Електронна комерція та омніканальні підходи ці концепції детальніше.

Електронна комерція представляє собою форму торгівлі, що здійснюється через інтернет-канали. Вона включає кілька основних моделей: B2C (бізнес-споживач), B2B (бізнес-бізнес), C2C (споживач-споживач), B2G (бізнес-держава). В контексті роздрібною торгівлі найпоширенішою є модель B2C, яка реалізується через інтернет-магазини, маркетплейси та мобільні додатки.

Основні переваги електронної комерції:

- можливість працювати цілодобово без географічних обмежень;
- зниження операційних витрат за рахунок відсутності потреби в утриманні торгових площ;
- доступ до більшої аудиторії потенційних покупців;
- можливість автоматизації процесів обслуговування клієнтів;
- збір та аналіз даних про поведінку споживачів.

Омніканальний підхід представляє собою інтеграцію всіх каналів продажу та комунікації з клієнтами в єдину систему. На відміну від мультиканального підходу, де кожен канал працює автономно, омніканальність забезпечує безшовний перехід клієнта між різними точками контакту з брендом.

Ключові елементи омніканальної торгівлі:

- єдина система управління товарними запасами для всіх каналів продажу;
- інтегрована система лояльності та персоналізованих пропозицій;
- можливість здійснювати покупки через різні канали з єдиним аккаунтом;

- синхронізація даних про клієнта між усіма каналами взаємодії;
- уніфікована цінова політика та асортимент.

Практичні приклади омніканальної інтеграції:

- можливість замовити товар онлайн і забрати в офлайн-магазині;
- перегляд наявності товару в конкретному магазині через мобільний додаток;
- повернення товару, купленого онлайн, в фізичному магазині;
- доступ до історії покупок та рекомендацій незалежно від каналу взаємодії;
- єдина система бонусів та знижок для всіх каналів.

Для ефективного впровадження омніканального підходу підприємствам необхідно:

- розробити єдину стратегію присутності в різних каналах;
- впровадити інтегровані it-рішення для управління всіма каналами;
- забезпечити навчання персоналу роботі з різними каналами;
- створити систему аналітики для оцінки ефективності кожного каналу.

У сучасних умовах успішна інтеграція електронної комерції та омніканального підходу стає не просто конкурентною перевагою, а необхідною умовою виживання торговельних підприємств на ринку.

Це дозволяє розширювати ринки збуту та підвищувати ефективність діяльності за рахунок оптимізації бізнес-процесів та кращого задоволення потреб споживачів.

Таким чином, торговельне підприємство являє собою автономну господарську одиницю, що спеціалізується на комплексі операцій із забезпечення збереження товарів, їх реалізації та подальшого сервісного супроводу, маючи за мету генерування прибутку та забезпечення споживчих потреб [38, 39].

Класифікація таких підприємств здійснюється за множиною критеріїв, серед яких територіальна локація та масштаб торговельних площ, специфіка збутової діяльності, структура товарного портфеля та цільова споживча аудиторія (рис. 1.2). [29].

Розвиток підприємницької діяльності у сфері торгівлі в Україні значною мірою корелює з динамікою міжнародної торговельної діяльності, яка створює як сприятливі можливості, так і певні виклики для конкурентоздатності локальних суб'єктів господарювання. Міжнародна комерційна діяльність відкриває перспективи виходу на глобальні ринки та надає змогу оптимізувати цінову політику через оптові закупівлі та подальшу реалізацію. Проте, недостатнє державне регулювання експортно-імпортних операцій призводить до надмірного насичення внутрішнього ринку закордонними товарами за нижчими цінами. Це спонукає споживачів надавати перевагу іноземній продукції, що негативно позначається на обсягах реалізації українських підприємств. Попри наявність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних торговельних компаній, масштаби їхніх продажів поступаються обсягам імпортованої продукції на українському ринку.

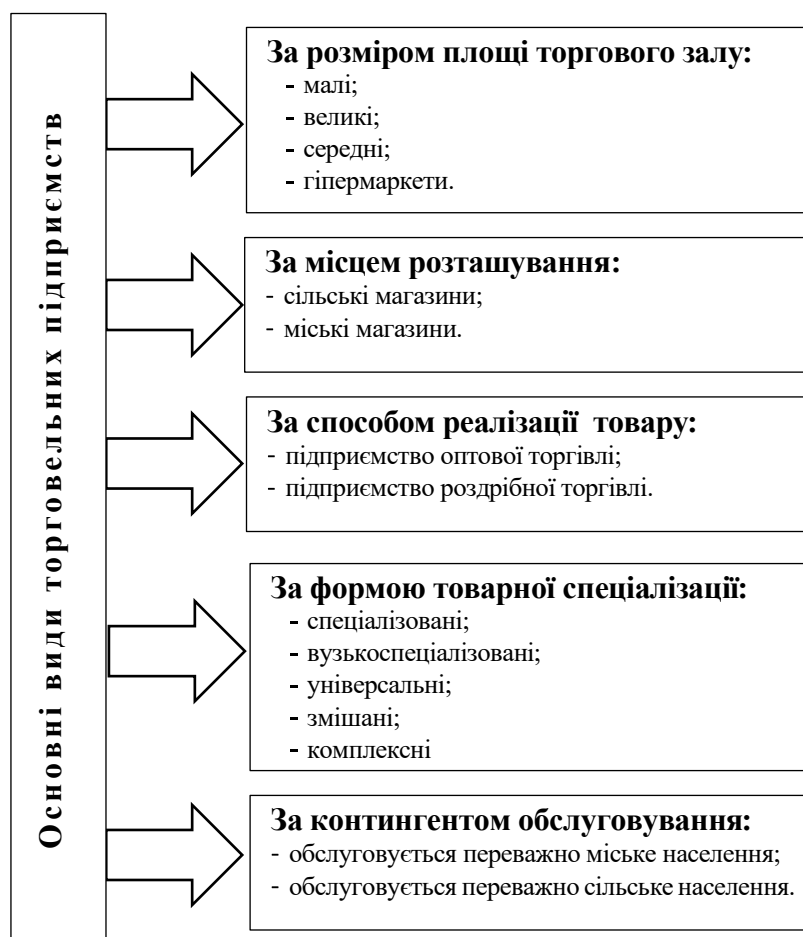


Рис. 1.2 - Класифікація торговельних підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [28, 29]

Для забезпечення ефективного розвитку українських торговельних підприємств керівництву необхідно комплексно аналізувати та враховувати існуючі бар'єри й можливості у сфері комерційної діяльності. Пріоритетними напрямками є імплементація передових практик торгівлі країн ЄС та світу, активізація діджиталізації комерційних процесів, розширення експортних можливостей української продукції, впровадження електронної комерції та посилення присутності у digital-просторі через соціальні платформи.

2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «S & D OVERSIS»

2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства

ТОВ «S & D OVERSIS» розпочало свою діяльність з моменту реєстрації 12 липня 2016 року.

Підприємство здійснює свою діяльність відповідно до законодавчої бази України, положень Статуту та внутрішніх регулятивних документів, а при веденні міжнародних операцій керується також нормативно-правовими актами відповідних іноземних держав.

Компанія функціонує як самостійна юридична особа.

Організація веде автономну фінансову звітність, володіє банківськими рахунками, має власну печатку, фірмовий кутовий штамп та зареєстрований торговий знак для маркування товарів і послуг.

Матеріальна база підприємства формується з основних фондів, оборотного капіталу та інших активів, які обліковуються в незалежному балансі компанії.

До власності підприємства належать:

- активи, внесені засновниками та акціонерами як інвестиції до статутного фонду;
- вироблена продукція, отримана в процесі господарської діяльності;
- акумульований прибуток від діяльності;
- інші матеріальні цінності, придбані законним шляхом.

Підприємство наділене повноваженнями здійснювати операції з реалізації, дарування, безоплатної передачі, обміну, надання в оренду виробничих потужностей та інших матеріальних цінностей юридичним і фізичним особам, а також розпоряджатися ними іншими способами в межах чинного законодавства України та положень Статуту.

Компанія має правові підстави для емісії та придбання різних видів цінних паперів, включаючи акції та облігації. Специфіка випуску та механізм

розміщення цих фінансових інструментів детально регламентуються відповідним емісійним рішенням.

Підприємство несе повну матеріальну відповідальність за своїми зобов'язаннями, використовуючи всі наявні активи.

Власники акцій не беруть на себе відповідальність за зобов'язаннями компанії, при цьому їхні потенційні фінансові ризики, пов'язані з діяльністю організації, обмежуються розміром їхньої частки у статутному капіталі.

Організація заснована для провадження комерційної діяльності з метою генерування прибутку в інтересах учасників, максимізації економічної ефективності та забезпечення дивідендних виплат акціонерам.

Основним напрямком господарської діяльності підприємства визначено:

- Здійснення оптових та роздрібних операцій з реалізації медичної продукції та ортопедичного обладнання.

Підприємство наділене повноваженнями самостійно провадити зовнішньоекономічні операції у будь-якій сфері, що корелює з основним видом його діяльності. При здійсненні міжнародних економічних операцій організація користується всією повнотою прав суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності згідно з актуальним законодавством України.

Формування статутного капіталу компанії відбувається шляхом акумулювання майнових внесків учасників до статутного фонду.

Встановлений обсяг статутного фонду складає 500000 гривень.

Організація володіє правом модифікувати величину статутного капіталу в бік збільшення чи зменшення. Ухвалення рішень щодо коригування розміру статутного капіталу належить до компетенції Загальних зборів учасників підприємства.

Керівництво підприємством здійснюється відповідно до положень Статуту.

Оперативне управління покладено на директора організації.

Підприємство провадить автономну господарську діяльність на засадах повного комерційного розрахунку, приймаючи на себе відповідальність за

результати функціонування, виконання зобов'язань перед працівниками та бізнес-партнерами, а також фіскальними органами та фінансовими установами.

Ключовим індикатором ефективності фінансово-господарської діяльності компанії виступає прибуток. Чистий прибуток, що залишається після здійснення податкових відрахувань та інших обов'язкових платежів до бюджету, надходить у повне розпорядження підприємства. Визначення напрямків використання чистого прибутку належить до виключної компетенції зборів засновників.

Організація автономно здійснює планування своєї виробничої діяльності, надання послуг та виконання робіт. Фундаментом планування виступають укладені договірні відносини та контракти зі споживачами продукції й послуг, а також постачальниками матеріально-технічного забезпечення.

Компанія здійснює реалізацію виробленої продукції, виконаних робіт та наданих послуг за цінами й тарифами, які встановлюються самостійно або визначаються на договірних засадах при досягненні консенсусу між сторонами.

Виконання фінансових зобов'язань з юридичними особами відбувається через банківські установи шляхом безготівкових розрахунків, тоді як взаємодія з фізичними особами може здійснюватися як готівковим, так і безготівковим способом.

Формування фінансового потенціалу підприємства забезпечується надходженнями від комерційної діяльності, залученими кредитними ресурсами та іншими джерелами фінансування.

З отриманого доходу від реалізації та додаткових надходжень здійснюється компенсація матеріальних та прирівняних витрат, забезпечується оплата праці персоналу, відбувається сплата податкових зобов'язань, страхових внесків, платежів за використання природних і трудових ресурсів, а також погашення відсотків за кредитними зобов'язаннями.

Підприємство має повну автономію щодо розпорядження акумульованим чистим прибутком, самостійно визначаючи вектори його використання, включаючи можливість реінвестування у розвиток компанії.

Ключовим напрямком комерційної діяльності ТОВ «S & D OVERSIS» є дистрибуція фармацевтичних препаратів та біологічно активних добавок натурального походження.

На сучасному етапі компанія здійснює диверсифікацію продуктового портфолію, фокусуючись на сегменті "середній плюс".

Офіційна локація ТОВ «S & D OVERSIS» зареєстрована за адресою: м. Київ, вул. Лугова, 12.

Структура персоналу налічує 7 співробітників, з яких 3 особи належать до управлінського та експертного складу, а 4 особи представляють виробничий персонал.

ТОВ «S & D OVERSIS» функціонує у сегменті фармацевтичного ринку, спеціалізуючись на реалізації медичних препаратів та біологічних добавок.

Територіальна експансія бізнесу передбачає початкову концентрацію на українському ринку з подальшим виходом на міжнародні ринки, зокрема Грузії та Молдови.

Стратегічна місія організації корелює з визначеними бізнес-завданнями.

У короткостроковій перспективі компанія фокусується на інтенсифікації продажів у ціновому діапазоні "середній плюс", прагнучи до нарощування комерційних показників.

Середньострокова стратегія передбачає розширення продуктової лінійки та географічну експансію бізнесу на ринок Молдови, зберігаючи позиціонування у сегменті "середній плюс".

Стратегічні довгострокові цілі охоплюють імплементацію власних виробничих потужностей для фасування та пакування продукції, масштабування збуту та подальшу диверсифікацію асортименту.

Для комплексної оцінки економічної ефективності функціонування підприємства використовуємо аналітичні показники, систематизовані в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1-Динаміка техніко-економічних показників діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»

Показники	Роки			Відхилення			
	2021	2022	2023	+/-		%	
				2023р. від 2021р.	2023р. від 2022р.	2023р. від 2021р.	2023р. від 2022р.
1.Дохід, виручка від реалізації, тис.грн	4448,63	5425,67	6403,0	+1954,37	+977,33	143,9	118,0
2. Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	3707,21	4521,36	5337,0	+1629,79	+815,64	144	118
3. Витрати на реалізацію, тис.грн.	2482,43	2990,71	3529,0	+1046,57	+538,29	142	118
4. Покупна вартість товарів для торгівлі, тис.грн	2412,85	2941,29	3470,0	+1057,15	+528,71	144	118
5.Середньооблікова чисельність штатних працівників, чол.	6	5	7	+1	+2	117	140
6. Фонд оплати праці, тис.грн.	785,51	926,64	1094,0	+308,49	+167,36	140	118
7. Середньорічна з/п, тис.грн	130,92	185,33	156,28	+25,36	-29,05	119	84
8.Рентабельність продаж, %	33,0	38,0	34,0	+1	-4	103	89
9.Продуктивність праці, тис.грн/чол	741,4	1085,1	762,4	+21	-319,7	103	70
10.Прибуток/збиток	337,78	391,1	299,0	-38,78	-92,1	89	76

Аналіз показав прибутковий характер діяльності компанії, хоча спостерігалось скорочення прибутку на 38,78 тис.грн., що становить 11% від початкового значення.

Аналітичні дані демонструють суттєве зростання доходу від реалізації товарної продукції: у 2023 році показник перевищив рівень 2021 року на 1954,37 тис.грн., демонструючи приріст у 143,9%.

Показник чистого доходу від реалізації продукції продемонстрував позитивну динаміку, зафіксувавши приріст на 1629,79 тис.грн. (+44%) при порівнянні 2023 року з 2021 роком. Штат підприємства розширився на одного працівника, що відповідає збільшенню на 17%.

Ефективність праці показала неоднозначну динаміку: зростання на 3% відносно 2021 року, проте спад на 30% порівняно з 2022 роком.

Спостерігалася позитивна динаміка оплати праці: річний показник зріс з 130,92 тис.грн. до 156,28 тис.грн., що в середньомісячному вираженні склало зростання з 10910 грн. до 13023 грн.

Результати 2023 року порівняно з 2021 роком демонструють, що при зростанні персоналу на 17% та збільшенні виручки на 43,9%, загальний приріст становив 19%.

Варто відмітити, що мінімальні показники доходу зафіксовано у 2021 році, тоді як найнижчий рівень прибутку припав на 2023 рік.

2.2. SWOT-аналіз діяльності підприємства

Кожна фармацевтична компанія, прагнучи визначити свою ринкову позицію та спланувати подальшу діяльність, має здійснювати комплексну оцінку як внутрішніх можливостей, так і зовнішніх факторів, що перебувають поза межами безпосереднього управлінського впливу, але можуть суттєво впливати на стратегічний розвиток організації.

Ефективним інструментом такої оцінки виступає методологія SWOT-аналізу, назва якої походить від початкових літер англійських термінів: strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості) та threats (загрози). Цей аналітичний підхід забезпечує структуроване впорядкування досліджених даних за двома ключовими напрямками: внутрішні чинники, що охоплюють сильні та слабкі аспекти діяльності організації, та зовнішні фактори, які включають потенційні можливості та ризики ринкового середовища.

Методика SWOT-аналізу передбачає проведення двовекторного дослідження: внутрішньої ситуації підприємства та зовнішнього контексту його функціонування. Зовнішній аналіз зосереджується на вивченні навколишнього середовища компанії, яке формується з різноманітних активних суб'єктів та чинників, що існують за межами організації, але безпосередньо впливають на спроможність маркетингового відділу розвивати та підтримувати продуктивні партнерські відносини з цільовою аудиторією.

Структура зовнішнього середовища містить два ключові компоненти. Перший - це мікросередовище, що охоплює безпосереднє оточення підприємства та включає елементи, які прямо впливають на його здатність задовольняти потреби клієнтів: постачальників, посередницькі структури, конкурентні організації, різноманітні контактні аудиторії та безпосередньо споживачів. Другий компонент - макросередовище, що формується з факторів, які перебувають поза межами контролю підприємства: демографічної ситуації, економічних умов, правового поля, природних умов, науково-технічного прогресу та культурного контексту.

Ключова мета зовнішнього аналізу полягає в ідентифікації та глибокому розумінні як наявних, так і потенційних можливостей та викликів, з якими фармацевтична компанія може зіткнутися у поточній діяльності або в майбутньому.

У контексті діяльності підприємства, можливості розглядаються як сприятливі зовнішні чинники, тенденції та явища, що потенційно можуть сприяти зростанню комерційних показників та прибутковості організації.

Натомість загрози представляють собою несприятливі фактори, тенденції та явища зовнішнього середовища, які за відсутності адекватного реагування з боку підприємства можуть спричинити істотне погіршення показників продажів та фінансових результатів.

Підсумковим результатом зовнішнього аналізу має стати розробка альтернативних стратегічних варіантів, їх всебічна оцінка та вибір оптимальної стратегії. Розроблені рішення повинні бути спрямовані на максимальне

використання виявлених можливостей та формування ефективного захисту від потенційних загроз, пов'язаних із динамічними змінами зовнішнього середовища.

- невід'ємною складовою SWOT-аналізу виступає комплексне дослідження та оцінювання внутрішнього потенціалу компанії.
- такий аналіз вимагає ретельного розгляду наступних ключових аспектів: узгодженість ринкових перспектив із стратегічною місією та цільовими орієнтирами компанії; наявність достатньої фінансової бази, відповідного технічного оснащення та маркетингових компетенцій для формування конкурентних переваг; спроможність організувати діяльність з оптимальним рівнем витрат, що забезпечить очікувану прибутковість; відповідність кваліфікації персоналу поставленим завданням; репутаційний капітал та тривалість присутності організації на ринку.
- всебічне вивчення внутрішнього потенціалу фармацевтичної компанії створює підґрунтя для виявлення її конкурентних переваг та проблемних зон, а також дозволяє оцінити їх взаємодію з чинниками зовнішнього середовища.
- конкурентні переваги фармацевтичного підприємства проявляються через його сильні сторони - унікальні характеристики, що вирізняють компанію серед інших учасників ринку.
- слабкі сторони натомість представляють собою проблемні аспекти діяльності, які потребують корегування для запобігання їх використання конкурентами у власних інтересах.
- методологія визначення сильних і слабких сторін організації може базуватися на декількох підходах [40]:
- внутрішній аналіз, що ґрунтується на вивченні корпоративного досвіду та експертних оцінках співробітників компанії;
- компаративний аналіз, який передбачає зіставлення показників діяльності з конкурентами;

- експертне оцінювання, що базується на рекомендаціях професійних консультантів та галузевих фахівців.

Варто підкреслити, що набір сильних та слабких характеристик є унікальним для кожного підприємства, формуючи його стислий, але максимально об'єктивний профіль. В рамках нашого дослідження було проведено SWOT-аналіз оптової фармацевтичної компанії, що здійснює свою діяльність у центральному регіоні України.

Методологія дослідження передбачала класифікацію факторів маркетингового середовища на внутрішні та зовнішні з подальшою оцінкою характеру їх впливу (позитивного чи негативного) на функціонування компанії.

Детальний опис виявлених сильних і слабких сторін організації, а також можливостей та загроз зовнішнього середовища систематизовано в таблиці 2.2.

Сучасні технологічні можливості, зокрема електронне замовлення товарів, зниження цін на комп'ютерне обладнання та розвиток інформаційної інфраструктури, відкривають перспективи для оптової компанії щодо технічного оснащення партнерських аптек комп'ютерами та модемами. Це дозволить оптимізувати управління товарними запасами аптек та підвищити ефективність процесу замовлень. Водночас наявність широкого асортименту, включаючи ексклюзивні препарати, конкурентоспроможна цінова політика та зростаюча база постійних клієнтів забезпечують захист від конкурентних загроз.

Однак такі слабкі сторони як недостатній рівень професійної підготовки персоналу, застаріла складська інфраструктура та високий рівень ручної праці можуть стати перешкодою для інтеграції компанії в селективні канали дистрибуції провідних фармацевтичних виробників. Хоча ці недоліки безпосередньо не посилюють конкурентний тиск чи проблеми з неплатоспроможними клієнтами, вони вимагають систематичного проведення навчальних тренінгів для працівників, модернізації складських процесів та вдосконалення системи товаророзподілу.

Таблиця 2.2. - Матриця SWOT- аналізу факторів діяльності ТОВ “S & D OVERSIS”

Зовнішні фактори		
Сприятливі можливості		Загрози та ризики
1. Державна підтримка бізнесу.. 2. Збільшення попиту на лікарські препарати. 3. Мінімізація аптеками товарних запасів. 4. Інноваційний розвиток фармацевтичної галузі 5. Поява нових медичних препаратів. 6. Збільшення мережі аптек та аптечних пунктів. 7. Запровадження системи тендерних закупівель лікарських препаратів за рахунок бюджетних коштів. 8. Слабка концентрація оптових фірм на ринку. 9. Можливість виходу на ринки зарубіжних країн		1. Нестабільна економічна ситуація в державі 2. Інфляційні процеси 3. Ведення бойових дій 4. Неефективне податкове законодавство 5. Скорочення бюджетного фінансування закупки лікарських препаратів. 6. Порушення та корупційні складові у ліцензуванні препаратів. 7. Високі митні платежі. 8. Труднощі у логістичних ланцюгах. 9. Підвищення цін у постачальників. 10. Низька купівельна спроможність населення
Внутрішні фактори		
Сильні сторони	Поле: «Сила та можливості» (СМ)	Поле «Сила та загрози» (СЗ)
1. Досвід роботи на ринку та стабільна ділова репутація підприємства. 2. Широкий асортимент лікарських препаратів. 3. Наявність ексклюзивних препаратів. 4. Довготермінові контракти з постійними постачальниками 5. Планування транспортних маршрутів. 6. Гарантія поставок. 7. Відносно низькі ціни реалізації. 8. Гнучка цінова політика 9. Збільшення кількості клієнтів. 10. Висока зацікавленість співробітників у бізнесу.	- Розширення асортименту лікарських препаратів - Участь у тендерах на продаж препаратів. - Проведення маркетингових заходів з метою розширення ринку збуту - Вихід на ринок продажу лікарських препаратів Молдови - Заключення довготермінових контрактів з постійними постачальниками	- Запровадження ефективної цінової політики. - Забезпечення високої компетентності та кваліфікації персоналу. - Пошук нових логістичних шляхів з метою мінімізації витрат на доставку. - Формування асортименту лікарських препаратів з урахуванням купівельної спроможності населення.
Слабкі сторони	Поле «Слабкі сторони та можливості» (СЛМ)	Поле «Слабкі сторони та загрози»(СЛЗ)
1. Низька ринкова частка. 2. Недоліки складського управління 3. Слабка стратегія управління. 4. Слабка маркетингова політика. 5. Високі витрати на транспортування 6. Нестача власних оборотних коштів. 7. Значне навантаження на одного менеджера. 8. Низький рівень системи управління товарними запасами.	- Залучення додаткових фінансових ресурсів шляхом отримання кредитів - Участь у рекламних компаніях та торгових виставках. - Запровадження технологій інтернет- торгівлі. - Заклучення договорів купівлі-продажу без надходження продукції на склад.	- Підвищення ефективності управління підприємством на основі застосування ІТ-технологій. - Підвищення компетенції юридичних та правових знань у питаннях ліцензування та податкового обліку. - Підвищення ефективності управління витратами.

Проведений SWOT-аналіз дозволив ідентифікувати конкурентні переваги та потенційні можливості розвитку оптової фармацевтичної компанії на ринку західного регіону. Виявлені характеристики стали фундаментом для формування стратегічних рекомендацій, спрямованих на посилення позитивних факторів при одночасній мінімізації впливу виявлених недоліків та ринкових загроз, що в комплексі забезпечить стійкі конкурентні позиції організації.

2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності

Успішне функціонування підприємства базується на раціональному поєднанні та координації численних компонентів: організаційних структур, людського капіталу, матеріально-технічної бази та фінансових активів.

Фінансові результати виступають комплексним індикатором, який відображає всі аспекти функціонування господарської одиниці: від технологічних процесів та організації виробництва до ефективності систем управління та специфіки операційної діяльності.

Економічні підсумки господарювання, виражені у грошовому вимірі, можуть набувати двох протилежних форм: позитивного результату у вигляді прибутку або негативного - у формі збитків. Прибуток, як позитивний фінансовий індикатор, виступає ключовим орієнтиром та стратегічною метою функціонування будь-якого комерційного підприємства.

Аналітична оцінка фінансових результатів ґрунтується на дослідженні бухгалтерської документації підприємства, зокрема форми №1 "Баланс підприємства", форми №2 "Звіт про фінансові результати", а також планових фінансових показників.

Початковий етап аналітичного процесу передбачає всебічне дослідження величини, тенденцій розвитку та структурних характеристик фінансових результатів.

На формування фінансових результатів суттєво впливає комплекс взаємопов'язаних економічних факторів, серед яких ключовими є:

- масштаби комерційної діяльності, що виражаються в обсягах реалізації продукції, виконаних робіт та наданих послуг;

- економічна ефективність виробництва, відображена у собівартості реалізованої продукції;
- номенклатурні пропорції у складі реалізованої продукції, виконаних робіт та наданих послуг.

Для об'єктивної оцінки впливу цих чинників на результативність діяльності підприємства необхідне поглиблене вивчення динаміки кожного компонента, оскільки зростання доходу від реалізації може бути наслідком цінової політики, а оптимізація виробничих витрат - результатом скорочення виробничої програми.

Комплексний аналіз трендів та структурних змін фінансових результатів, включаючи доходи та витрати, проведено на основі показників діяльності ТОВ «S & D OVERSIS», систематизованих у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Результати діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»

тис. грн.

Стаття	2021	2022	2023	Відхилення, %	
				2022/ 2021	2023/ 2021
1	2	3	4	5	6
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4449	5426	6403	121,9	143,9
Податок на додану вартість	(742)	(904)	(1066)	121,8	143,7
Інші вирахування з доходу	(0)	(0)	(0)	0	0
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3707	4522	5337	121,9	143,9
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	(2482)	(2991)	(3529)	120,5	142,2
Валовий прибуток:					
- прибуток	1225	1531	1808	125	148
Інші операційні доходи	142	271	103	190	72,5

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6
Адміністративні витрати	(624)	(658)	(776)	106	124,4
Витрати на збут	(326)	(642)	(758)	197	232,5
Інші операційні витрати	(6)	(5)	(6)	80	-
Фінансові результати від операційної діяльності:					
- прибуток	411	497	371	121	90
Інші фінансові доходи	-	-	-	-	-
Інші доходи	12	4	2	33	16,7
Інші витрати	(0)	(1)	(0)	100	-
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:					
- прибуток	423	500	373	118	88
Податок на прибуток від звичайної діяльності	(85)	(100)	(74)	118	87
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	0	0	0	-	-
Фінансові результати від звичайної діяльності:					
- прибуток	338	400	299	118	88
Надзвичайні:					
- доходи					
- витрати	(0)	(9)	()	-	-
Податки з надзвичайного прибутку	(0)	(0)	(0)	-	-
Чистий:					
- прибуток	338	391	299	118	88

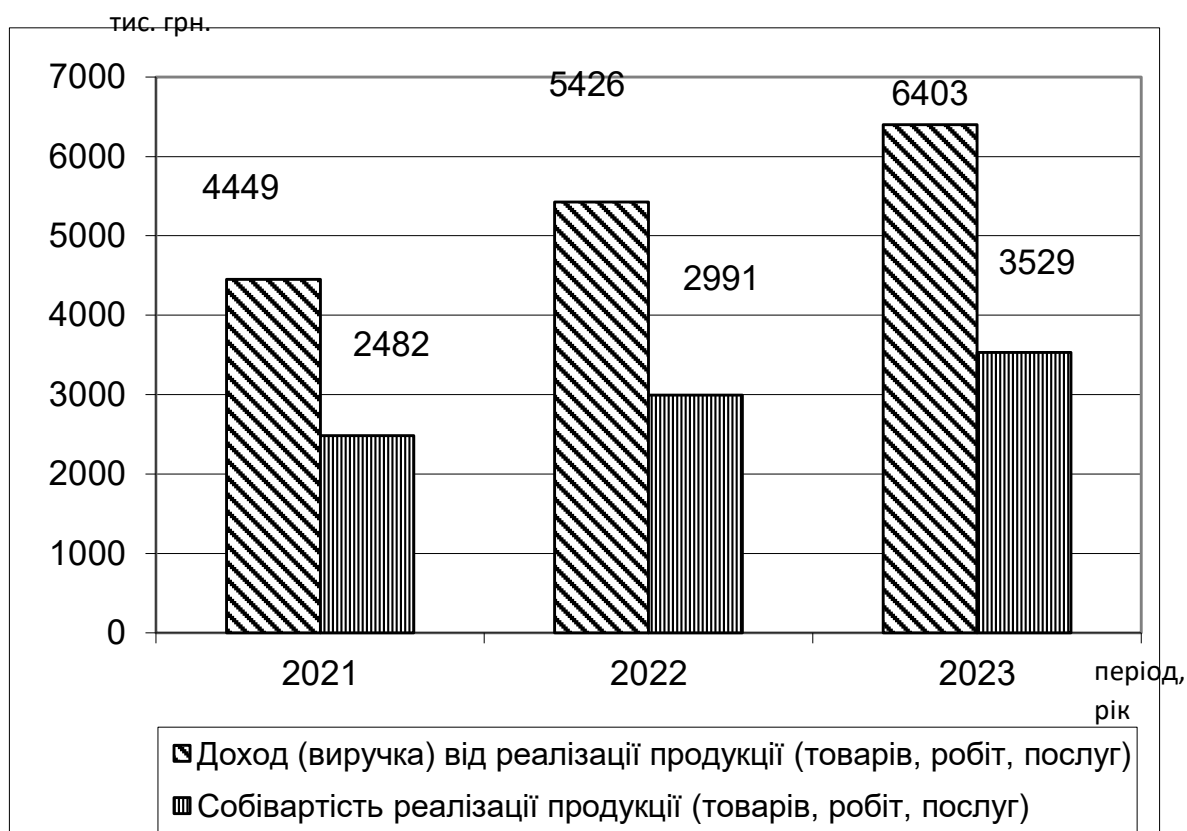


Рисунок 2.1. Динаміка доходу ТОВ «S & D OVERSIS» від реалізації і собівартості продукції

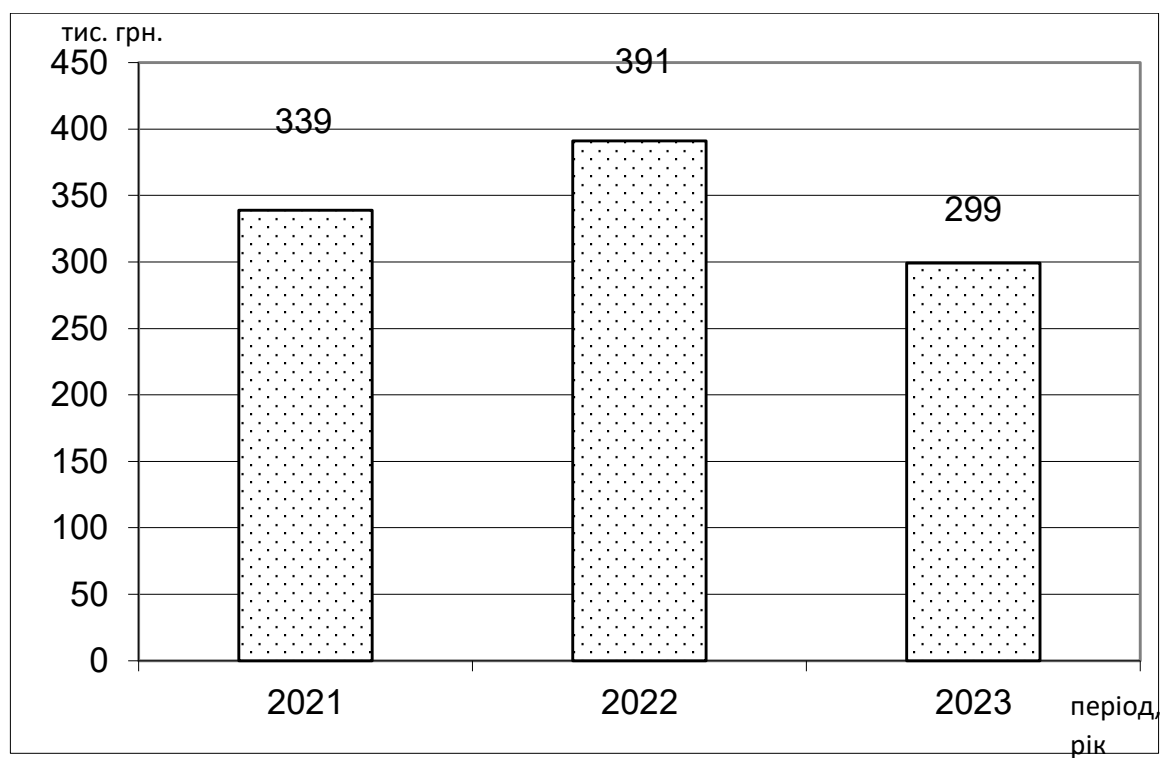


Рисунок 2.2. Динаміка прибутку ТОВ «S & D OVERSIS»

Аналіз фінансової діяльності підприємства демонструє стабільну прибутковість протягом 2021-2023 років. Зокрема, у 2021 році було зафіксовано чистий прибуток на рівні 338 тис.грн., тоді як у 2023 році цей показник становив 299 тис.грн., що відображає зниження на 39 тис.грн. або 12% порівняно з базовим періодом.

Варто відзначити позитивну динаміку доходу від реалізації (без урахування ПДВ), який у 2023 році продемонстрував зростання на 1954 тис.грн. або 43,9% порівняно з 2021 роком.

Водночас спостерігається суттєве збільшення витратної складової діяльності підприємства. Зокрема, собівартість зросла на 42,2%, адміністративні витрати збільшились на 24,3%, а витрати на збут продемонстрували більш ніж трикратне зростання. Особливе занепокоєння викликає той факт, що темпи зростання сукупних витрат випереджають динаміку збільшення виручки.

Слід зазначити, що комплексна оцінка ефективності господарської діяльності не обмежується лише абсолютними показниками прибутку чи збитку. Для задоволення інформаційних потреб зацікавлених сторін щодо ефективності використання ресурсів та інвестованого капіталу здійснюється порівняльний аналіз отриманих результатів з понесеними витратами. Це реалізується через розрахунок відносних показників ефективності, ключовими серед яких є індикатори рентабельності та окупності.

Спроможність підприємства компенсувати витрачені ресурси та забезпечити базу для подальшого функціонування відображається через показники ефективності.

На відміну від простого обчислення прибутку, коефіцієнти рентабельності дають змогу отримати комплексну оцінку роботи підприємства та слугують ключовими орієнтирами при формуванні виробничих стратегій, прийнятті інвестиційних рішень та встановленні цін.

Оцінювання результативності господарської діяльності підприємства здійснюється шляхом дослідження системи взаємопов'язаних відносних індикаторів.

Ефективність використання коштів у різних аспектах діяльності компанії (виробництво, комерція, інвестування) демонструють витратні індикатори рентабельності. Для визначення прибутковості використання наявних ресурсів та вкладеного капіталу застосовують ресурсні коефіцієнти рентабельності. Рівень прибутковості та загальну результативність роботи підприємства відображають доходні параметри рентабельності.

Проаналізуємо показники рентабельності досліджуваного підприємства, використовуючи інформацію з бухгалтерського балансу та "Звіту про фінансові результати" (додатки 3 та 4).

Рентабельність продукції:

$R_{пр} = \text{Прибуток від реалізації} \times 100 / \text{Собівартість реалізованої продукції}$

2023 рік – $373 \times 100 / 3529 = 10,6\%$

2021 рік – $411 \times 100 / 2482,43 = 16,4\%$

2022 рік – $497 \times 100 / 2990,71 = 16,6\%$

Рентабельність господарської діяльності:

$R_{д} = \text{Прибуток від звичайної діяльності} \times 100 / \text{Витрати підприємства}$

2023 рік – $299 \times 100 / 5069 = 5,9\%$

2021 рік – $337,78 \times 100 / 3438,64 = 9,8\%$

2022 рік – $399,1 \times 100 / 4295,86 = 9,3\%$

Коефіцієнт покриття витрат:

$K_{пв} = \text{Чистий дохід від реалізації} / \text{Собівартість реалізованої продукції}$

2023 рік – $5337 / 3529 = 1,52$

2021 рік – $3707,21 / 2482,43 = 1,49$

2022 рік – $4521,36 / 2990,71 = 1,51$

Коефіцієнт окупності витрат:

$K_{окв} = \text{Собівартість реалізованої продукції} / \text{Чистий дохід від реалізації}$

2023 рік – $3529 / 5337 = 0,66$

2021 рік – $2482,43 / 3707,21 = 0,67$

2022 рік – $2990,71 / 4521,36 = 0,66$

Рентабельність підприємства:

$R_{п} = \text{Чистий прибуток} \times 100 / \text{Середньорічна вартість основних та оборотних фондів}$

$$2021 \text{ рік} - 337,78 \times 100 / ((831,58 + 845,52) \times 0,5 + (1354,13 + 1518,37) \times 0,5) = 14,8\%$$

$$2022 \text{ рік} - 399,1 \times 100 / ((845,52 + 898,28) \times 0,5 + (1518,37 + 2202,2) \times 0,5) = 14,6\%$$

$$2023 \text{ рік} - 299 \times 100 / ((898,28 + 1060) \times 0,5 + (2202,2 + 2599) \times 0,5) = 8,9\%$$

Рентабельність залученого капіталу:

$R_{зк} = \text{Прибуток від звичайної діяльності} \times 100 / \text{Середньорічна вартість залученого капіталу}$

$$2021 \text{ рік} - 337,78 \times 100 / ((737,5 + 954,3) \times 0,5) = 39,9\%$$

$$2022 \text{ рік} - 399,1 \times 100 / ((954,3 + 1418,5) \times 0,5) = 33,8\%$$

$$2023 \text{ рік} - 299 \times 100 / ((1418,5 + 1674) \times 0,5) = 19,3\%$$

Рентабельність необоротних активів:

$R_{на} = \text{Прибуток від звичайної діяльності} \times 100 / \text{Середньорічна вартість необоротних активів}$

$$2021 \text{ рік} - 337,78 \times 100 / ((831,58 + 845,52) \times 0,5) = 40,3 \%$$

$$2022 \text{ рік} - 399,1 \times 100 / ((845,52 + 898,28) \times 0,5) = 45,8 \%$$

$$2023 \text{ рік} - 299 \times 100 / ((1060 + 898,28) \times 0,5) = 30,6 \%$$

Рентабельність оборотних активів:

$R_{оа} = \text{Прибуток від звичайної діяльності} \times 100 / \text{Середньорічна вартість оборотних активів}$

$$2021 \text{ рік} - 337,78 \times 100 / ((1354,13 + 1518,37) \times 0,5) = 23,5\%$$

$$2023 \text{ рік} - 299 \times 100 / ((2599 + 2202,2) \times 0,5) = 12,5\%$$

Коефіцієнт покриття активів:

$K_{па} = \text{Чистий дохід від реалізації} / \text{Середньорічна вартість активів підприємства}$

$$2021 \text{ рік} - 3707,21 / ((2185,71 + 2363,89) \times 0,5) = 1,63$$

$$2023 \text{ рік} - 5337 / ((3659 + 3100,48) \times 0,5) = 1,58$$

Коефіцієнт окупності активів:

Кок = Середньорічна вартість активів / Чистий дохід від реалізації

$$2021 \text{ рік} - ((2185,71 + 2363,89) \times 0,5) / 3707,21 = 0,61$$

$$2023 \text{ рік} - ((3659 + 3100,48) \times 0,5) / 5337 = 0,63$$

Коефіцієнт покриття власного капіталу:

Кпвк = Чистий дохід від реалізації / Середньорічна вартість власного капіталу

$$2021 \text{ рік} - 3707,21 / ((1448,22 + 1409,59) \times 0,5) = 2,59$$

$$2023 \text{ рік} - 5337 / ((1985 + 1681,98) \times 0,5) = 2,91$$

Коефіцієнт окупності власного капіталу:

Коквк = Середньорічна вартість власного капіталу / Чистий дохід від реалізації

$$2021 \text{ рік} - ((1448,22 + 1409,59) \times 0,5) / 3707,21 = 0,39$$

$$2023 \text{ рік} - ((1985 + 1681,98) \times 0,5) / 5337 = 0,34.$$

Рентабельність продажу:

Рентабельність продажу = Валовий прибуток x 100 / Чистий дохід від реалізації

$$2021 \text{ рік} - 1224,78 \times 100 / 3707,21 = 33,0 \%$$

$$2023 \text{ рік} - 1808 \times 100 / 5337 = 33,9 \%$$

Чиста рентабельність продажу:

Рчп = Чистий прибуток x 100 / Чистий дохід від реалізації

$$2021 \text{ рік} - 337,78 \times 100 / 3707,21 = 9,1\%$$

$$2023 \text{ рік} - 299 \times 100 / 5337 = 5,6 \%$$

Розрахункові дані за 2022-2023 рр. заносимо до таблиці 2.4.

Рентабельність доходу:

Рд = Прибуток від операційної діяльності x 100 / Чистий дохід від реалізації

$$2021 \text{ рік} - 410,82 \times 100 / 3707,21 = 11,1 \%$$

$$2023 \text{ рік} - 373 \times 100 / 5337 = 5,9 \%$$

Аналіз фінансових показників за 2023 рік виявив мінливий характер прибутковості підприємства. Зокрема, спостерігалось скорочення прибутковості господарської діяльності на 3,4 пункти, водночас прибутковість від реалізації

продемонструвала незначне зростання на 0,9 пункти. Показник прибутковості доходу знизився на 5,2 пункти, а рентабельність продукції зменшилася на 5,8 пункти.

Таблиця 2.4

Розрахунок відносних показників ефективності діяльності

ТОВ “S & D OVERSIS”

Показники	Один. вим.	2021 рік	2023 рік	Відхилення	
				+, -	%
1	2	3	4	5	6
Витратні показники					
Рентабельність продукції	%	16,4	10,6	-5,8	-35,4
Коефіцієнт покриття витрат	-	1,49	1,51	+0,02	+1,4
Коефіцієнт окупності витрат	-	0,67	0,66	-0,01	-1,5
Ресурсні показники					
Рентабельність підприємства	%	14,8	8,9	-5,9	-39,9
Рентабельність залученого капіталу	%	39,9	19,3	-20,6	-51,6
Рентабельність необоротних активів	%	40,3	30,6	-9,7	-24,1
Рентабельність оборотних активів	%	23,5	12,5	-11	-46,8
Коефіцієнт покриття активів	-	1,63	1,58	-0,05	-3,1
Коефіцієнт окупності активів	-	0,61	0,63	+0,02	+3,3
Коефіцієнт покриття власного капіталу	-	2,59	2,91	+0,32	+12,4
Коефіцієнт окупності власного капіталу	-	0,69	0,34	-0,35	-50,7
Доходні показники					
Рентабельність продажу	%	33,0	33,9	+0,9	+2,7
Чиста рентабельність продажу	%	9,1	5,6	-3,5	-38,5
Рентабельність доходу	%	11,1	5,9	-5,2	-46,8

Ефективність використання ресурсної бази підприємства також характеризується нестійкою динамікою. Зафіксовано суттєве падіння прибутковості використання необоротних активів на 24,1% та значне зниження ефективності використання оборотного капіталу на 46,8%. Позитивним

моментом стало розширення обсягів реалізації, що сприяло зростанню коефіцієнта покриття власного капіталу на 0,32 пункти.

Нестабільність коефіцієнтів покриття за всіма напрямками, разом із різноспрямованою динамікою коефіцієнтів окупності (що загалом можна вважати позитивною тенденцією), свідчить про певну нестійкість у сфері використання матеріальних та фінансових ресурсів підприємства.

Позитивна динаміка коефіцієнтів покриття обумовлена двома ключовими факторами: нарощуванням обсягів реалізації з 4448,63 тис.грн. у 2021 році до 5337 тис.грн. у 2023 році та збільшенням величини власного капіталу з 1448,22 тис.грн. на початок 2021 року до 1985 тис.грн. станом на кінець 2023 року.

Проведемо факторний аналіз рентабельності виробництва, спираючись на дані балансу, систематизовані в таблиці 2.5.

Середньорічні залишки оборотних активів у 2022-2023рр. розраховуємо за даними балансу підприємства.

$$2021 \text{ рік} - (1354,13 + 1518,37) / 2 = 1436,25 \text{ тис.грн.}$$

$$2023 \text{ рік} - (2599 + 2202,2) / 2 = 2400,6 \text{ тис.грн..}$$

Для визначення впливу факторів на зміну рентабельності діяльності проводимо наступні розрахунки:

$$2021 \text{ рік: } P = 337,78 \times 100 / (1436,25 + 838,55) = 14,8 \%$$

$$\text{Умовне значення: } P = 299 \times 100 / (1436,25 + 838,55) = 13,2 \%$$

$$2023 \text{ рік: } P = 299 \times 100 / (2400,6 + 979) = 8,9\%$$

Таблиця 2.5

Факторний аналіз рентабельності виробництва ТОВ "S & D OVERSIS"

Показник	Од. вим.	2021 рік	2023 рік	Відхилення	
				+/-	%
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід	тис.грн.	3707	5337	+1630	+44
Собівартість продукції	тис.грн.	2482,43	3529	+1046,57	+42,2
Чистий прибуток	тис.грн.	337,78	299	-38,78	-11,5
Середньорічні залишки: -оборотних активів;	тис.грн.	1436,25	2400,6	+964,35	+67,2

-необоротних активів		838,55	979	+140,45	+16,8
Рентабельність діяльності	%	14,8	8,9	-5,9	-39,9

За даними таблиці 2.4 зменшення рівня рентабельності діяльності відбулося на 5,9 пунктів.

Зміна рентабельності діяльності відбулася за рахунок:

- зміни суми прибутку від реалізації на 38,78 тис.грн. або на 11,5%:
 $13,2 - 14,8 = -1,6$ пункти;
- зміни вартості активів на 1104,8 тис.грн. або на 0,4%:
 $8,9 - 13,2 = -4,3$ пункти.

Загальна зміна склала:

$$-1,6 - 4,3 = -5,9 \text{ пункти.}$$

Тобто, зменшення рентабельності діяльності на 5,9 пункти відбулося за рахунок зменшення прибутку від реалізації на 1,6 пункти та збільшення вартості активів на -4,3 пункти.

Проведемо факторний аналіз показників рентабельності виробничого капіталу ТОВ “S & D OVERSIS”, занесемо розраховані дані у таблиці 2.6.

Розрахуємо зарплатомісткість продукції:

$$\text{Зпм} = \text{Витрати на оплату праці} / \text{Чистий дохід від реалізації}$$

$$2021 \text{ рік} - 785,51 / 4448,63 = 0,18$$

$$2023 \text{ рік} - 1094 / 5337 = 0,20$$

Розрахуємо матеріаломісткість продукції:

$$\text{Мм} = \text{Матеріальні витрати} / \text{Чистий дохід від реалізації}$$

$$2021 \text{ рік} - 2412,85 / 4448,63 = 0,54$$

$$2023 \text{ рік} - 3470 / 5337 = 0,65$$

Розрахуємо капіталомісткість продукції:

$$\text{Кпм} = \text{Середньорічна вартість необоротних активів та середньорічний залишок оборотних активів} / \text{Чистий дохід від реалізації}$$

$$2021 \text{ рік} - (1436,25 + 838,55) / 3707 = 0,61$$

$$2023 \text{ рік} - (1060 + 2599) / 5337 = 0,63$$

Проводимо додаткові розрахунки для визначення впливу факторів:

$$2021 \text{ рік: } P = (1 - (0,21 + 0,65)) \times 100 / 0,61 = 22,95\%$$

$$\text{Умова 1: } P = (1 - (0,20 + 0,65)) \times 100 / 0,61 = 24,59\%$$

$$\text{Умова 2: } P = (1 - (0,20 + 0,65)) \times 100 / 0,61 = 24,59\%$$

$$2023 \text{ рік: } P = (1 - (0,20 + 0,65)) \times 100 / 0,63 = 23,81\%.$$

Таблиця 2.6

**Факторний аналіз показника рентабельності виробничого капіталу
ТОВ “S & D OVERSIS”**

Показник	Од. вим.	2021 рік	2023 рік	Відхилення	
				+/-	%
Чистий дохід від реалізації	тис.грн.	3707	5337	+1630	+44
Середньорічна вартість необоротних активів	тис.грн.	838,55	979	+140,45	+16,8
Середньорічні залишки оборотних активів	тис.грн.	1436,25	2400,6	+964,35	+67,2
Загальна собівартість реалізованої продукції, у т.ч.: -матеріальні витрати; -витрати на оплату праці	тис.грн.	3309,9	5072	+1762,1	+53,2
		2412,85	3470	+1057,15	+43,8
		785,51	1094	+308,49	+39,3
Зарплатомісткість продукції	-	0,21	0,20	-0,01	-4,8
Матеріаломісткість продукції	-	0,65	0,65	-	-
Капіталомісткість продукції	-	0,61	0,63	+0,02	+3,3
Рентабельність виробничого капіталу	%	22,95	23,81	+0,86	+3,75

Розглянемо вплив зміни кожного фактору на рентабельність виробничого капіталу:

- зміна зарплатомісткості продукції:

$$24,59 - 22,95 = 1,64 \text{ пункти}$$

- зміна матеріаломісткості продукції:

$$24,59 - 24,59 = 0 \text{ пункти}$$

- зміна капіталомісткості продукції:

$$23,81 - 24,59 = -0,78 \text{ пункту}$$

Загальна зміна рентабельності виробничого капіталу становить:

$$1,64 - 0,78 = 0,86 \text{ пункти.}$$

Аналіз фінансових результатів за 2023 рік демонструє позитивну динаміку показника рентабельності виробничого капіталу, який зріс на 0,86 пунктів. Це зростання обумовлене двома ключовими факторами: суттєвим скороченням зарплатомісткості на 1,64 пункти та одночасним підвищенням капіталомісткості на -0,78 пункти. Визначальним чинником покращення рентабельності стало саме зниження частки витрат на оплату праці у структурі виробництва.

У сучасних умовах ринкової економіки особливої ваги набуває ефективне використання ресурсної бази та оптимізація системи управління витратами, що безпосередньо впливає на конкурентні позиції продукції. Рівень виробничих витрат слугує важливим показником ефективності діяльності підприємства, при цьому їх зростання може свідчити як про зміни ринкової кон'юнктури, так і про внутрішні проблеми виробничого процесу.

Грошове вираження сукупності виробничих витрат підприємства формує собівартість випущеної продукції.

Для глибшого розуміння економічної ситуації проаналізуємо зміни витрат ТОВ "S & D OVERSIS" протягом 2021-2023 років.

На основі даних "Звіту про фінансові результати" здійснимо розрахунок структурних змін та відхилень за елементами витрат. Отримані результати представимо у таблиці 2.6.

Аналіз даних таблиці 2.6 свідчить про суттєве зростання загальних витрат підприємства у 2023 році - на 1632,76 тис.грн., що становить 47,5%. Основними чинниками такого підвищення стали подорожчання лікарських препаратів у

виробників, збільшення логістичних витрат на транспортування та зберігання продукції, а також розширення обсягів реалізації.

Таблиця 2.7.

Склад та структура витрат підприємства

Елементи витрат	2022 рік		2023 рік		Відхилення	
	Сума, тис.грн.	%	Сума, тис.грн.	%	+, -	%
Собівартість реалізованої продукції	2482,43	72,2	3529	69,6	+1046,57	+42,2
Адміністративні витрати	623,81	18,1	779	15,4	+155,19	+24,9
Витрати на збут	326,3	9,5	758	14,9	+431,7	+132,3
Інші операційні витрати	6,7	0,2	6	1,1	-0,7	-10,5
РАЗОМ	3439,24	100	5072	100	+1632,76	+47,5

Особливої уваги заслуговує динаміка адміністративних витрат, які зросли на 155,19 тис. грн. (24,9%), та витрат на збут, які продемонстрували надзвичайно високий приріст - на 431,7 тис.грн., що означає їх подвоєння на тлі загального розширення збуту продукції.

Для поглибленого розуміння структури витрат підприємства за період 2021-2023 рр. проаналізуємо дані Звіту про фінансові результати, узагальнені в таблиці 2.7.

Дані таблиці 2.8 демонструють, що виробничі витрати у 2023 році зросли на 1167,44 тис.грн., що відповідає приросту в 29,9%.

Примітно, що при збільшенні обсягів реалізації на 19,9%, сукупні витрати зросли на 47,5%. Така диспропорція, коли темпи зростання витрат значно випереджають динаміку розширення реалізації, вказує на зниження ефективності операційної діяльності підприємства.

Аналіз економічних елементів витрат за 2023 рік виявив зростання за більшістю категорій. Зокрема, матеріальні витрати продемонстрували приріст у 1057,15 тис.грн. порівняно з 2022 роком, що становить 43,8%. Амортизаційні

відрахування збільшилися на 22,86 тис.грн., показавши зростання на 47,5%. Витрати на оплату праці зросли на 308,49 тис.грн., що відповідає приросту в 39,3%. Єдине суттєве скорочення спостерігалось в категорії інших витрат, які зменшилися на 78,6%.

Таблиця 2.8.

Склад та структура операційних витрат підприємства

Елементи витрат	2021 рік		2023 рік		Відхилення	
	Сума, тис.грн.	%	Сума, тис.грн.	%	+, -	%
Матеріальні витрати	2412,85	61,9	3470	68,4	+1057,15	+43,8
Витрати на оплату праці	785,51	20,1	1094	21,6	+308,49	+39,3
Відрахування на соціальні заходи	251,36	6,4	350	6,9	+98,64	+39,3
Амортизація	48,14	1,2	71	1,4	+22,86	+47,5
Інші витрати	406,7	10,4	87	1,7	-319,7	-78,6
Разом	3904,56	100	5072	100	+1167,44	+29,9

Структурний аналіз витрат виявив певні трансформації: частка матеріальних витрат у загальній структурі зросла на 6,5 пункти, тоді як питома вага інших витрат скоротилася на 8,7 пункти. Сукупний обсяг витрат підприємства продемонстрував зростання на 1167,44 тис.грн., що становить приріст у 29,9%.

2.4. Аналіз ефективності використання виробничих ресурсів підприємства

Здатність підприємства ефективно функціонувати в економічному середовищі безпосередньо залежить від забезпеченості виробничо-ресурсною базою.

Фінансові результати підприємства, зокрема прибуток та показники рентабельності, значною мірою визначаються раціональністю використання наявних ресурсів. Відповідно, для всебічної оцінки результативності роботи підприємства та виявлення факторів погіршення його господарських показників

необхідно провести детальний аналіз ефективності використання виробничих ресурсів та дослідити їхній вплив на загальну прибутковість.

Виробничо-ресурсний потенціал підприємства формується з трьох ключових компонентів: основних фондів, оборотних фондів та трудових ресурсів.

Проведемо аналіз структурних змін та динаміки основних фондів ТОВ «S & D OVERSIS», використовуючи дані, систематизовані в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Основні засоби ТОВ «S & D OVERSIS»

Найменування основних засобів	На 01.01. 2022	на 01.01. 2023	на 01.01. 2024	Відхилення, %	
				2023/ 2021	2023/ 2022
1. Виробничого призначення:	845,52	898,28	1060	+25,4	+18
– будівлі та споруди	-	-	-	-	-
– транспортні засоби	682,27	719,94	850	+24,6	+17
– інші	163,25	178,34	210	+28,6	+15

Масштаби виробництва товарів і послуг, а також ступінь реалізації виробничого потенціалу підприємства безпосередньо залежать від рівня технічного оснащення та раціональності використання основних засобів, особливо їх виробничої складової.

Для здійснення господарської діяльності підприємство використовує орендовані складські та офісні приміщення.

Проведений аналіз демонструє позитивну динаміку вартості основних засобів, яка протягом 2021-2023 років збільшилася на 25,4%.

Для комплексної оцінки ефективності використання основних виробничих фондів розглянемо систему показників, представлену в таблиці 2.10.

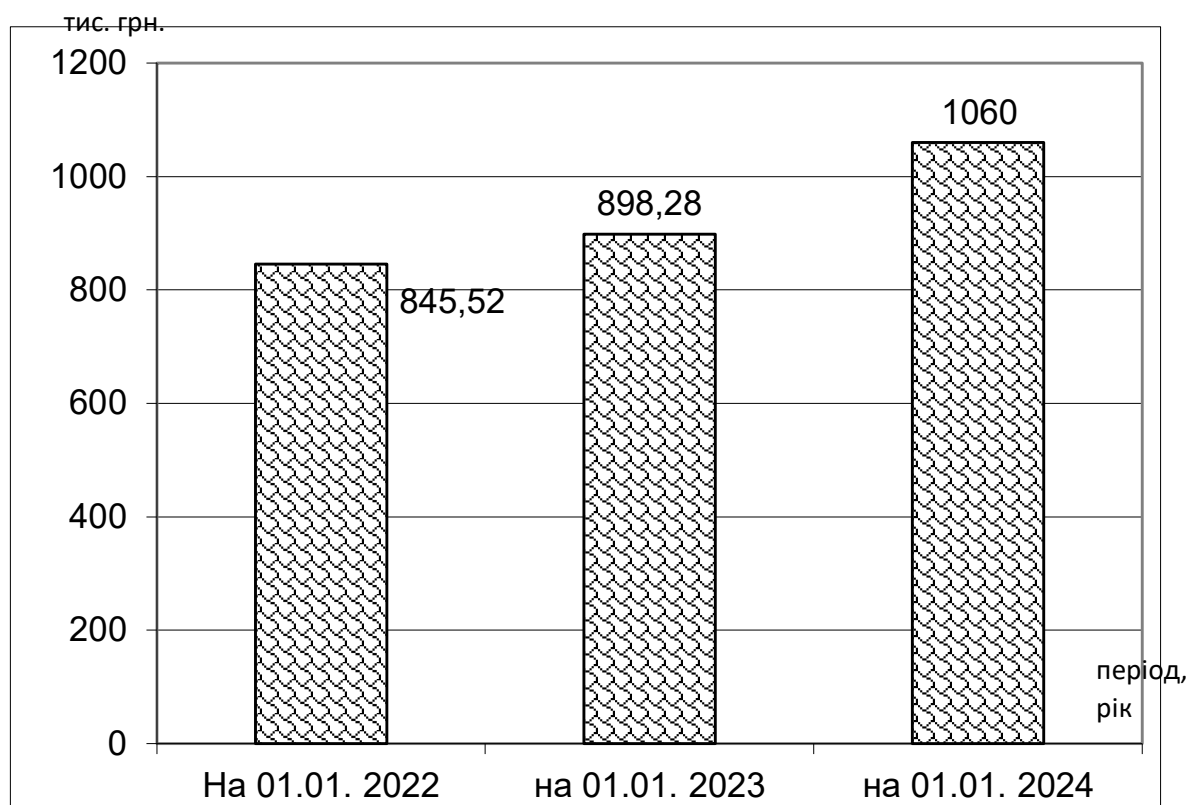


Рисунок 2.3. Стан основних засобів ТОВ «S & D OVERSIS» виробничого призначення

Таблиця 2.10.

Показники ефективності використання основних фондів підприємства

Показники	2021 рік	2023 рік	Темп росту, %
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	4448,63	6403	143,9
Прибуток, тис. грн.	337,78	299	88,5
Середньоспискова чисельність працівників, чол.	6	7	116,7
Рентабельність ОВФ, %	40,3	28,2	70,0
Фондовіддача, грн.	5,31	6,10	114,9
Фондомісткість	0,19	0,17	89,5
Фондоозброєність, тис. грн./чол.	139,8	151,4	108,3

Ключовим індикатором, що відображає результативність експлуатації основних виробничих активів, виступає коефіцієнт фондівіддачі. Спостережуване скорочення даного параметра на 5,3% вказує на погіршення ефективності застосування виробничих фондів. Водночас спостерігається позитивна динаміка у вигляді зростання показника фондоозброєності на 8,3%.

Належний рівень забезпечення компанії кадровими ресурсами, оптимальне їх залучення та висока продуктивність праці відіграють визначальну роль у нарощуванні виробничих потужностей та покращенні результативності виробничого процесу. Зокрема, наявність достатньої робочої сили та ефективність її використання безпосередньо впливають на обсяги та своєчасність виконання виробничих завдань, що в свою чергу визначає масштаби випуску продукції, формування її собівартості та кінцевий фінансовий результат підприємства.

Таблиця 2.11

Інформація про чисельність працівників ТОВ «S & D OVERSIS» та оплати їх праці

Категорії працівників	Чисельність та оплата праці			Відхилення, %	
	2021	2022	2023	2023/ 2021	2023/ 2022
Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (осіб)	6	5	7	116,7	140,0
Середня чисельність поза-штатних працівників та сумісників (осіб)	1	1	1	-	-
Фонд оплати праці — всього (тис. грн.)	785,51	926,64	1094	139,3	118,1

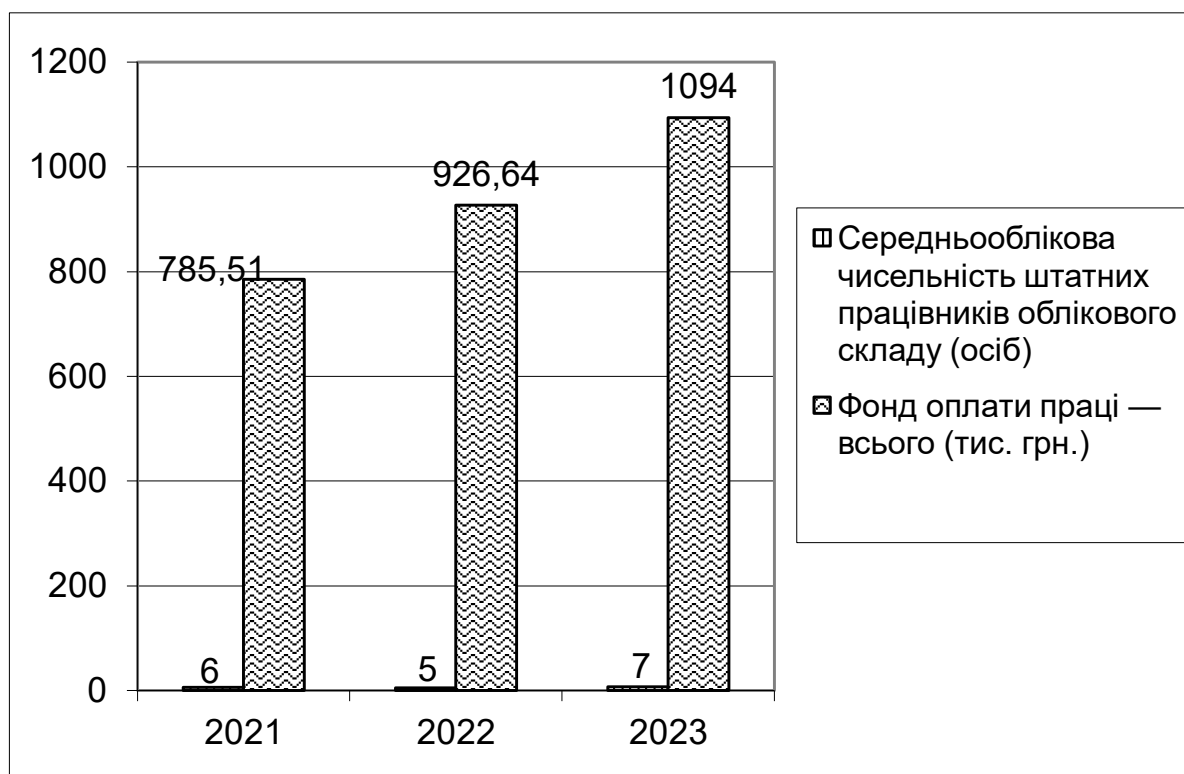


Рисунок 2.5. Інформація про чисельність працівників ТОВ «S & D OVERSIS» та оплату їх праці

З метою аналізу ефективності використання персоналу підприємства, проаналізуємо показники продуктивності та трудомісткості за даними таблиця 2.12.

Таблиця 2.12

Показники продуктивності та трудомісткості праці

Показники	2021 рік	2023 рік	Темп росту, %
1	2	3	5
1.Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	4448,63	6403	143,9
2.Середньоспискова численність працівників, грн..	6	7	116,7
3.Продуктивність праці, тис.грн./чол.	741,44	914,71	123,4

Продуктивність праці:

$$\text{Вср} = \text{Вартість продукції, робіт та послуг} / \text{Середньоспискова чисельність працівників}$$

2021 рік – $4448,63 : 6 = 741,44$ тис.грн.

2023 рік – $6403 : 7 = 914,71$ тис.грн.

Проведений аналіз показує істотне зростання продуктивності праці персоналу підприємства на 23,4% у 2023 році.

Примітним є той факт, що динаміка зростання продуктивності випереджає темпи підвищення заробітної плати, що відображає раціональність та дієвість впровадженої системи матеріального заохочення працівників.

Для повноцінного функціонування підприємства, окрім наявності основних фондів, критично важливим є забезпечення оборотними фондами. Особливу значущість оборотні фонди мають для компаній, що спеціалізуються на торговельній діяльності.

Ключова економічна характеристика оборотних засобів полягає в їх постійній циркуляції – вони проходять безперервний цикл трансформації через три послідовні стадії: спочатку з грошової форми в матеріальну, потім у товарну, і зрештою знову в грошову.

Загальний обсяг необхідних оборотних засобів визначається двома основними факторами: масштабом виробничої діяльності та швидкістю їх обертання. Існує обернена залежність між швидкістю трансформації оборотних засобів та їх необхідною кількістю: чим швидше відбувається перехід між стадіями, тим менший період їх перебування у товарній і грошовій формах, і відповідно, менша потреба в оборотних засобах при незмінному обсязі виробництва.

Детальний аналіз ефективності використання оборотних засобів ТОВ "S & D OVERSIS" представлений у табл.2.12, яка сформована на базі даних "Балансу підприємства" та "Звіту про фінансові результати".

Величина умовної економії оборотних засобів:

$$1436,25 \times (178 - 118) / 365 = + 236,1 \text{ тис.грн.}$$

Аналіз показників таблиці 2.13 виявляє негативну динаміку в управлінні оборотними активами компанії. Зниження коефіцієнта оборотності на 33,9% відображає суттєве скорочення циклів обертання оборотних засобів. Подовження тривалості одного обороту на 60 днів вказує на уповільнення

циркуляції оборотних активів у виробничому циклі, що спричинило необхідність залучення додаткового фінансування оборотних засобів для генерування кожної гривні валового доходу. Як результат, підприємство змушене було мобілізувати додаткові оборотні кошти в розмірі 236,1 тис.грн. для забезпечення операційної діяльності протягом 2023 року.

Таблиця 2.13

Показники використання оборотних засобів

Показники	2021 рік	2023 рік	Зміна в динаміці	Темп росту, %
Коефіцієнт оборотності	3,1	2,05	-1,05	-33,9
Середня тривалість одного обороту, дні	118	178	+60	+50,8
Коефіцієнт завантаження оборотних засобів	0,32	0,49	+0,17	+53,1
Величина умовної економії оборотних засобів, тис. грн	-	+236,1	-	-

Варто наголосити на критично низьких значеннях показників оборотності активів, що вимагає термінового перегляду та оптимізації політики взаємодії з клієнтською базою.

2.4. Аналіз ймовірності банкрутства

Процес діагностування ризику банкрутства суб'єкта господарювання фокусується на оперативному виявленні ознак фінансової неспроможності, збиткової діяльності, надмірної залежності від зовнішніх джерел фінансування та зниження ділової активності. Саме тому традиційні методики оцінки ймовірності банкрутства базуються на комплексному аналізі показників рентабельності, фінансової стабільності, платоспроможності та ефективності використання ресурсів.

Дестабілізація фінансового стану підприємства, що проявляється через погіршення ключових індикаторів фінансової стійкості, може стати каталізатором банкрутства. Відповідно, саме ці показники формують фундамент методології прогнозування потенційного банкрутства.

У світовій практиці напрацьовано різноманітний інструментарій прогнозування банкрутства підприємств [41, 42], серед якого найбільшого визнання здобули моделі таких дослідників як Е. Альтман, У. Бівер, Р. Таффлер, Р. Ліс, О. Терещенко, М. Спрінгейт та інші.

Піонером у сфері моделювання ризику банкрутства став професор Нью-Йоркського університету Альтман, який у 1968 році, проаналізувавши 22 фінансові коефіцієнти, відібрав 5 найбільш значущих для формування інтегральної моделі оцінки кредитоспроможності господарюючих суб'єктів:

$$Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 1,0 X_5,$$

$$\text{де: } X_1 = \frac{BOK}{A}; \quad X_3 = \frac{ПП}{A}; \quad X_2 = \frac{НПП}{A}; \quad X_4 = \frac{BK}{PK}; \quad X_5 = \frac{BP}{A};$$

BOK – власний оборотний капітал, тис. грн.;

ПП- чистий прибуток, тис. грн.;

НПП - нерозподілений прибуток, резервний фонд, цільове фінансування, тис. грн.;

BK – власний капітал, тис. грн. ;

PK – запозичений капітал, тис. грн.;

BP – виручка від реалізації продукції, наданих послуг, тис. грн.;

A – загальна вартість активів підприємства (валюта балансу), тис. грн.

Визначимо ймовірність банкрутства підприємства у 2023 році за методом Альтмана:

$$\begin{aligned} Z &= 1,2 \cdot (925 / 3659) + 1,4 \cdot (1485 / 3659) + 3,3 \cdot (299 / 3659) + \\ &+ 0,6 \cdot (1985 / 1674) + 1,0 \cdot (5337 / 3659) = 0,30 + 0,57 + 0,27 + 0,71 + \\ &+ 1,46 = 3,31 \end{aligned}$$

Згідно з отриманим значенням *Z*-показника на рівні 3,31, що істотно перевищує критичну межу 3,0, можна констатувати мінімальний ризик банкрутства для ТОВ "S & D OVERSIS".

З метою превентивного виявлення ознак погіршення структурного балансу навіть у прибуткових суб'єктів господарювання та впровадження проактивних

антикризових заходів, Міністерство економіки України рекомендує здійснювати регулярний експрес-моніторинг фінансового стану підприємств із застосуванням коефіцієнта Бівера.

Варто зазначити, що в умовах української економіки найбільш релевантною вважається методологія У. Бівера, яка забезпечує можливість ідентифікації дисбалансу в структурі балансу підприємств, що перебувають у стані фінансової неспроможності.

$$\text{Коефіцієнт Бівера (KB)} = \frac{\text{чистий прибуток} - \text{амортизація}}{\text{довгострокові} + \text{короткострокові зобов'язання}}$$

$$\text{Рентабельність активів (РА)} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{активи}} \cdot 100\%$$

$$\text{Фінансовий лівередж (ФЛ)} = \frac{\text{довгострокові} + \text{короткострокові зобов'язання}}{\text{активи}}$$

$$\text{Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом (КП)} = \frac{\text{власний капітал} + \text{позаоборотні активи}}{\text{активи}}$$

$$\text{Коефіцієнт покриття зобов'язань (КПз)} = \frac{\text{обігові активи}}{\text{короткострокові зобов'язання}} \cdot 100\%$$

Таблиця 2.14

Характеристика показників Бівера

Показники	Кампанія із задовільним фінансовим станом	За 5 років до банкрутства	За 1 рік до банкрутства
Коефіцієнт Бівера	0,4-0,45	0,17	-0,15
Рентабельність активів	6-8	4	-22
Фінансовий лівередж	<37	<50	<80
Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом	0,4	<0,3	0,06
Коефіцієнт покриття зобов'язань	>3,2	<2	<1

Визначимо величини даних показників за 2023 рік:

$$KB = (299 - 71) / 1674 = 0,14$$

$$PA = (299 / 3659) \cdot 100 = 8,18$$

$$\PhiЛ = 1674 / 3659 = 0,46$$

$$КП = 3045 / 3659 = 0,83$$

$$КПз = 2599 / 1674 = 1,55$$

Обчислені індикатори демонструють, що підприємство перебуває у зоні фінансової безпеки з горизонтом стабільності понад 5 років до потенційного банкрутства. Більшість розрахованих параметрів вказують на стійкий фінансовий стан компанії. Проте для формування комплексного та об'єктивного висновку доцільно застосувати диверсифікований підхід з використанням множини методик оцінки ризику банкрутства.

За результатами комплексного аналізу ймовірності банкрутства ТОВ "S & D OVERSIS" із застосуванням різних методологічних підходів можна констатувати, що поточний фінансовий стан підприємства характеризується мінімальними ризиками неплатоспроможності.

Для підтримання стабільного економічного положення суб'єкта господарювання на ринку критично важливим є встановлення граничних параметрів масштабів діяльності, вихід за межі яких може спровокувати банкрутство. У практичній діяльності такими індикаторами виступають точка рентабельності та точка беззбитковості. На основі статистичної та бухгалтерської інформації сформуємо таблицю 2.15 для розрахунку зазначених показників та рівня рентабельності продукції.

Оцінка рентабельності реалізації здійснюється за наступною формулою:

$$R_n = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{змінні витрати} + \text{постійні витрати}} \cdot 100\%$$

Розрахуємо рентабельність продажів за даними таблиці по роках:

$$R_{n.2021} = \frac{338}{3438} \cdot 100\% = 9,83\%$$

$$R_{n.2023} = \frac{299}{5069} \cdot 100\% = 5,9\%$$

Таблиця 2.15

Доходи та витрати ТОВ "S & D OVERSIS"

Показник	2021	2023	Відхилення %
Дохід від реалізації товарів, послуг, тис. грн.	3707	5337	+43,9
Змінні витрати, тис. грн.	2482	3529	+42,2
Маржинальний дохід (р.1-р.2) тис. грн.	1225	1808	+47,6
Постійні витрати, тис. грн.	956	1540	+61,1
Прибуток до сплати податків, тис. грн.	422	373	-11,6
Податок на прибуток, тис. грн.	84	74	-11,9
Чистий прибуток, тис. грн.	338	299	-11,5

Отриманий рівень рентабельності продажів дозволяє дійти висновку про зменшення прибутковості бізнесу: в 2021 році на кожну гривню вкладених коштів приходилося 9,8 копійки прибутку; в 2023 році на кожну гривню вкладених коштів приходилося 5,9 копійки прибутку.

Визначення точки беззбитковості здійснюється за формулою

$$T_{\text{б}} = \frac{\text{постійні витрати} \cdot \text{виручку}}{\text{маржинальний дохід}}$$

За даними табл.2.15 розрахуємо точки беззбитковості по роках:

$$T_{\text{б.2021}} = \frac{956 \cdot 3707}{1225} = 2892,97 \text{ тис. грн.}$$

$$T_{\text{б.2023}} = \frac{1540 \cdot 5337}{1808} = 4545,9 \text{ тис. грн.}$$

Аналіз показав, що фактичні обсяги реалізації послуг компанії перевищують розрахунковий поріг беззбитковості - той мінімальний рівень продажів, досягнення якого необхідне для отримання реального прибутку.

На підставі проведених розрахунків рівня рентабельності та визначення точки беззбитковості можна констатувати, що господарська діяльність ТОВ "S & D OVERSIS" протягом 2023 року характеризувалась високою економічною ефективністю.

3. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Фактори, що впливають на ефективність господарської діяльності

У теорії та практиці управління ефективністю господарської діяльності використовують різні підходи до класифікації факторів впливу. Розглянемо основні класифікаційні ознаки та відповідні групи факторів (рис. 3.1).

Ефективність господарської діяльності підприємства формується під впливом складної системи факторів, які можна поділити на внутрішні та зовнішні. Розуміння цих факторів є ключовим для управління ефективністю та розробки заходів щодо її підвищення.

Внутрішні фактори безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства та піддаються його впливу. До них належать організаційно-управлінські фактори, які включають якість менеджменту, організаційну структуру, систему планування та контролю. Значний вплив мають технологічні фактори: рівень використання виробничих потужностей, впровадження інновацій, стан матеріально-технічної бази. Важливу роль відіграють фінансово-економічні фактори: структура капіталу, платоспроможність, система ціноутворення.

Особливе місце займають кадрові фактори, які включають кваліфікацію персоналу, систему мотивації, продуктивність праці. Також суттєвий вплив мають маркетингові фактори: асортиментна політика, система просування товарів, якість обслуговування клієнтів, конкурентоспроможність продукції.

Зовнішні фактори формуються незалежно від діяльності підприємства та визначають умови його функціонування. До ринкових факторів належать рівень конкуренції, стан попиту та пропозиції, поведінка споживачів, дії постачальників. Макроекономічні фактори включають економічну ситуацію в країні, рівень інфляції, валютні курси, податкову політику.



Рис. 3.1. - Класифікація факторів впливу на управління ефективністю господарської діяльності

Значний вплив мають соціально-демографічні фактори: рівень доходів населення, споживчі переваги, демографічна ситуація. В сучасних умовах зростає роль технологічних факторів зовнішнього середовища: розвиток інформаційних технологій, цифровізація економіки, поява нових технологій виробництва та збуту.

Політико-правові фактори визначають законодавче регулювання діяльності, державну політику в галузі, систему стандартизації та сертифікації. Не можна ігнорувати і природно-кліматичні фактори, особливо для підприємств, діяльність яких залежить від сезонності та природних умов.

В умовах глобалізації зростає вплив міжнародних факторів: стан світової економіки, міжнародна конкуренція, доступ до світових ринків. Також важливими стають екологічні фактори: екологічне законодавство, вимоги до екологічності продукції та виробництва.

Для підвищення ефективності господарської діяльності підприємству необхідно постійно моніторити та аналізувати вплив різних факторів, розробляти заходи щодо посилення дії позитивних факторів та мінімізації впливу негативних. При цьому важливо враховувати взаємозв'язок факторів та їх комплексний вплив на діяльність підприємства.

Успішне управління ефективністю вимагає гнучкого реагування на зміни факторів зовнішнього середовища та постійного вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів. Особливу увагу слід приділяти тим факторам, які мають найбільший вплив на ключові показники ефективності підприємства.

3.2. Розробка проекту SMM-стратегії для просування фармацевтичних препаратів

Загальновідомо, що загострення ринкового суперництва спонукає підприємства фокусуватися на диференціації власної продукції та послуг. Виникає критична необхідність розробки відмінних характеристик товарів для забезпечення їх чіткої ідентифікації цільовою аудиторією. Виробники застосовують різноманітні стратегії залучення споживачів: від диверсифікації

продуктового портфолію та підвищення стандартів якості до впровадження гнучких систем цінових заохочень.

Фармацевтична галузь демонструє надзвичайно високий рівень конкурентної насиченості, що проявляється через інтенсивну боротьбу за споживача та специфічні механізми просування продукції. В епоху глобалізації та загострення конкурентного середовища як на міжнародному фармацевтичному ринку, так і в українському сегменті, інноваційні маркетингові підходи до просування препаратів стають ключовим інструментом посилення ринкових позицій фармвиробників.

Дослідження системи дистрибуції лікарських засобів у ТОВ «S & D OVERSIS» виявило такі проблемні аспекти:

- брак структурованої стратегії просування фармацевтичних препаратів;
- неефективне використання digital-каналів для популяризації медикаментів;
- недостатня комунікація з цільовою аудиторією щодо властивостей та переваг препаратів;
- стагнація у розширенні мережі точок збуту з асортиментом ТОВ «S & D OVERSIS».

На сьогоднішній день ТОВ «S & D OVERSIS» реалізує оптову дистрибуцію через різні аптечні мережі. Фармацевтичний персонал виступає першою ланкою підтримки відвідувачів, забезпечуючи вичерпне інформування щодо медикаментів, проводячи консультації стосовно наявного асортименту та цінової політики, а також надаючи необхідну фізичну та емоційну підтримку особливо вразливим категоріям населення - людям похилого віку, особам з інвалідністю та іншим, хто цього потребує. Розширення аптечних мереж сприяє покращенню доступності фармацевтичної продукції для споживачів, що потенційно стимулює зростання попиту на медикаменти та спонукає до розробки інноваційних препаратів і прогресу фармацевтичної індустрії.

Ринкове суперництво спонукає фармкомпанії дотримуватися найвищих

стандартів якості продукції та пропонувати привабливіші умови клієнтам, що позитивно впливає на іміджеву складову та впізнаваність торгових марок.

Дистрибуція препаратів до аптечних закладів може зіткнутися з викликами у сфері транспортування та логістики. Критично важливим є формування стратегічного плану та створення товарних резервів для мінімізації негативного впливу на операційну діяльність.

Воєнний стан генерує атмосферу нестабільності та невизначеності у ринковому середовищі. Пріоритетного значення набуває скрупульозна оцінка підприємницьких ризиків та їх інтеграція у стратегію розвитку компанії. Паралельно необхідно розвивати напрямок підвищення капіталізації через посилення присутності бренду ТОВ «S & D OVERSIS» у соціальних медіа.

Фармацевтичний бізнес зобов'язаний неухильно дотримуватися регуляторних вимог щодо рекламних активностей та комунікації у соціальних мережах. Принципово важливим є постійний моніторинг актуальних змін у національному та міжнародному законодавстві стосовно промоції лікарських засобів.

Соціальні медіа відкривають потужні канали для інтерактивної комунікації з споживачами, надаючи платформу для діалогу, опрацювання запитів та системного аналізу зворотного зв'язку й споживчих настроїв. Критично важливим є систематичний моніторинг та оцінка результативності digital-присутності бренду. Необхідно ретельно відстежувати ключові метрики ефективності - рівень залучення аудиторії, динаміку реакцій користувачів, активність коментування та резонансність контенту, впроваджуючи своєчасні стратегічні корективи за потреби.

Для фармацевтичної компанії інтеграція у соціальні медіа має розпочинатися з комплексної оптимізації та професійного брендингу корпоративних спільнот. Максимальну ефективність SMM-активностей можна досягти через такі платформи як Facebook, Instagram та Twitter.

Грамотне структурування та реалізація рекламних кампаній на Facebook створює потужний фундамент для успішного просування фармацевтичного

портфолію, розширення клієнтської бази та привернення уваги потенційних інвесторів.

Пріоритетним завданням є формування контент-стратегії, що резонує з інтересами та запитам цільової аудиторії. Контентне наповнення може охоплювати детальні характеристики препаратів, рекомендації щодо підтримки здоров'я, документовані випадки успішного лікування та інші релевантні інформаційні матеріали.

SMM-просування у фармацевтичній галузі набуває особливого значення через зростаючу діджиталізацію споживчої поведінки. Сучасні покупці все частіше звертаються до соціальних мереж для пошуку інформації про медичні препарати, відгуків інших споживачів та експертних рекомендацій. Професійно вибудована присутність у соціальних медіа дозволяє формувати довірчі відносини з аудиторією через регулярну публікацію освітнього контенту, проведення онлайн-консультацій та швидке реагування на запити споживачів.

Вплив соціальних медіа на купівельну поведінку проявляється через кілька ключових механізмів:

- формування обізнаності про нові препарати та методи лікування
- створення спільноти лояльних споживачів через регулярну взаємодію
- забезпечення прозорості щодо складу та властивостей препаратів
- надання платформи для обміну досвідом між пацієнтами
- можливість таргетованого звернення до конкретних груп споживачів з урахуванням їх потреб та інтересів

Ефективна SMM-стратегія має включати:

- регулярний аналіз поведінки цільової аудиторії в соціальних мережах
- створення унікального контенту, адаптованого під специфіку кожної платформи
- активну роботу з відгуками та коментарями
- проведення інтерактивних заходів (вебінарів, прямих ефірів з експертами)

- використання таргетованої реклами для підвищення охоплення цільової аудиторії

Для бренду TOB «S & D OVERSIS» першочерговим завданням є розбудова активної комунікаційної екосистеми, що передбачає оперативне реагування на взаємодії аудиторії, включаючи коментарі, запити та повідомлення. Стимулювання зворотного зв'язку від клієнтів та пацієнтів стає ключовим інструментом розвитку. Систематичний аналіз ключових метрик - рівня залученості, активності взаємодії, конверсії на веб-ресурс - дозволить оперативно адаптувати стратегію посилення бренду.

Контентна стратегія має фокусуватися на створенні професійного інформаційного поля, що включає експертні матеріали про фармацевтичні препарати, рекомендації щодо збереження здоров'я та актуальні тренди медичної галузі, орієнтовані на професійну медичну спільноту. Двостороння комунікація через соціальні платформи відкриває можливості для персоналізованої взаємодії - від професійних консультацій до оперативної підтримки через приватні канали зв'язку. Регулярне генерування релевантного контенту сприяє зміцненню позицій бренду в свідомості цільової аудиторії, що потенційно трансформується у зростання клієнтських звернень.

Для об'єктивної оцінки економічної ефективності запропонованої програми digital-трансформації доцільно провести комплексний аналіз прогнозованої динаміки попиту на фармацевтичну продукцію.

Детальний прогноз очікуваних результатів після імплементації запропонованих ініціатив представлено у наступній таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Прогноз попиту на препарати

Продукція	Сума виручки за 2023 р., тис.грн	Прогнозований обсяг продажів за 2024 р., тис грн	Сума доходу від продажу після реалізації програми у 2025 р., тис. грн
Група Антибіотики	1 731,8	1 818,4	2 091,1
Група Кардіологічні	681,6	715,7	823,0
Інші препарати	2 923,6	3 069,8	3 530,2
Всього	5 337,0	5 603,9	6 444,4

Джерело: складено автором

Внаслідок імплементації пропонованих ініціатив очікується зростання попиту на фармацевтичні засоби, представлені у таблиці 3.1, на рівні 15%, що призведе до формування виручки у розмірі 6 444,4 тис грн.

Комплексна система бренд-менеджменту інтегрована у загальну структуру управління операційною та фінансовою діяльністю ТОВ «S & D OVERSIS».

З огляду на це, механізм управління брендом виступає ключовим елементом у портфелі активів компанії, оскільки він безпосередньо впливає на ринкову капіталізацію підприємства, цінність бренду та його рентабельність.

У сучасному світі соціальні платформи щоденно охоплюють багатомільйонну аудиторію, створюючи потужні можливості для розвитку бізнесу. Маркетинг у соціальних мережах (SMM) відкриває широкі перспективи для просування брендів. У фармацевтичному секторі соціальні медіа стають стратегічним інструментом формування іміджу та підвищення впізнаваності торгової марки.

Маркетингова стратегія ТОВ «S & D OVERSIS» щодо просування медичних препаратів потребує виваженого підходу - певні категорії ліків характеризуються стабільним попитом через їх специфічну дію або застосування при конкретних хронічних, вікових чи сезонних захворюваннях, зокрема антибіотики та кардіологічні препарати, які формують основний асортимент продажів компанії. Для досягнення максимальної ефективності необхідно оптимізувати використання SMM-інструментарію у програмі просування

фармацевтичної продукції (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Витрати на реалізацію SMM просуванням фармацевтичних препаратів

Інструменти SMM просування	Витрати, грн
Стратегічне планування комунікацій у соціальних медіа (одноразово)	8 000
Придбання контент-послуг у сторонніх виробників (щомісячно три відеоматеріали) $9000 \times 12 = 108000$ грн	108 000
Підписка на професійні інструменти для дизайну та планування постів (Figma, SMMplanner) на рік	12 000
Інвестиції у таргетовану рекламу на платформах соціальних мереж $4000 \times 12 = 48000$ грн.	48 000
Всього	176 000

Джерело: складено автором

Формування бюджету PR-кампанії становить певні труднощі, оскільки підприємству непросто встановити пряму кореляцію між інвестиціями в комунікаційний менеджмент та прибутком від основної діяльності. Специфіка полягає в тому, що ефективність PR-заходів рідко піддається прямій економічній оцінці, адже комунікаційні рішення зазвичай спрямовані на посилення існуючих економічних показників. Тому доцільніше аналізувати не безпосередній прибуток від комунікаційних інвестицій, а загальне зростання доходів компанії, обумовлене PR-активностями.

Для імплементації PR-стратегії компанії рекомендується максимально задіяти внутрішній потенціал відділу комунікацій, враховуючи, що зовнішні PR-агенції зазвичай спеціалізуються на універсальних рішеннях. Фармацевтична індустрія, і зокрема операційна діяльність ТОВ «S & D OVERSIS», характеризується специфічними особливостями розвитку, тому залучення власних експертів до реалізації кампанії суттєво підвищить її результативність. Водночас, для виконання специфічних завдань планується співпраця з профільними організаціями.

Розглянемо детальну структуру витрат на реалізацію PR-кампанії в контексті просування фармацевтичного портфолію ТОВ «S & D OVERSIS» (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Витрати на реалізацію інструментів PR – компанії

Інструменти PR-кампанії	Витрати, грн
Формування комплексної комунікаційної стратегії у сфері PR та реклами	10 000
Організація медійних заходів (проведення брифінгів для преси, створення бази профільних журналістів, підготовка та дистрибуція інформаційних матеріалів, відстеження медіа-висвітлення) $15000 \times 4 = 60000$ грн.	60 000
Створення унікальних текстових матеріалів (копірайтинг) $5000 \times 12 = 60000$ грн.	60 000
Розміщення рекламних повідомлень у медіа-просторі $20000 \times 4 = 80000$ грн.	80 000
Систематичний аналіз інформаційного поля та формування добірки публікацій $3000 \times 12 = 36000$ грн.	36 000
Всього	246000

Джерело: складено автором

Одним із перспективних напрямів оптимізації програми просування фармацевтичних препаратів виступає кобрендинг. Цей підхід базується на синергії рекламних кампаній різних організацій, чиї продукти та сервіси є взаємодоповнюючими та формують комплексну цінність для споживача. В умовах сучасних викликів, спричинених військовою агресією в Україні, порушенням традиційних логістичних ланцюгів, пошкодженням інфраструктурних об'єктів та зниженням купівельної спроможності населення, кобрендингові стратегії демонструють високу ефективність у нарощуванні клієнтської бази, збільшенні обсягів реалізації та максимізації прибутку.

Пропонується ініціювати кобрендингове партнерство з аптечними мережами та закладами охорони здоров'я (включаючи лікарні та поліклініки). В рамках такої колаборації персонал партнерських установ зможе рекомендувати фармацевтичні препарати з портфолію ТОВ «S & D OVERSIS». Натомість компанія забезпечуватиме партнерам доступ до товарного консигнаційного кредитування та гарантуватиме безперебійні поставки медикаментів, особливо в умовах логістичних обмежень. Для реалізації цієї ініціативи планується розміщення в локаціях партнерів інформаційних матеріалів з інтегрованими QR-кодами, які надаватимуть доступ до детальної інформації про продукцію та послуги учасників кобрендингового альянсу. Імплементация цифрових рішень

замість традиційних друкованих матеріалів не лише оптимізує витрати на промоційні матеріали, але й забезпечить клієнтам цілодобовий доступ до актуальної інформації через мобільні пристрої.

Таблиця 3.4 – Витрати на реалізацію кобрендингових заходів

Компанії-партнери	К-сть банерів з QR-кодами	Ціна за 1 шт в грн	Всього витрати в грн
Мережа аптек	50	420	21000
Мережа клінік	50	420	21000
Преміальна нагорода у 3 % від продажів			25215
Всього	100		67 215

Джерело: складено автором

Координацію процесу фінансування стратегії діджитал-просування доцільно доручити висококваліфікованому фахівцю, зокрема аналітику корпоративного розвитку (Corporate Development Analyst), чий функціонал охоплює комплексний аналіз ринкової кон'юнктури, конкурентного середовища та інвестиційних перспектив компанії, що забезпечує обґрунтованість стратегічних рішень щодо капіталовкладень.

У фармацевтичному секторі роль аналітика корпоративного розвитку набуває особливої стратегічної значущості у контексті формування інвестиційної політики. Його діяльність фокусується на проведенні багатовимірного маркетингового дослідження, що дозволяє виявити ключові тренди фармацевтичного ринку, патерни споживчої поведінки, специфіку попиту на різні категорії лікарських засобів та реакцію цільової аудиторії на інноваційні продукти. Такий аналітичний підхід створює надійне підґрунтя для прийняття виважених рішень щодо розробки та впровадження нових препаратів.

Компетенції аналітика також включають оцінку потенційних напрямів інвестування, серед яких: злиття та поглинання, стратегічні партнерства у сфері розробки інноваційних препаратів, інвестиції в R&D. Важливим аспектом його роботи є комплексна оцінка ризиків та потенційних переваг кожного інвестиційного проекту. Додатково, фахівець здійснює систематичний моніторинг конкурентного ландшафту, включаючи порівняльний аналіз

продуктових портфелів, маркетингових стратегій, цінової політики та інших ключових параметрів діяльності конкурентів, що дозволяє компанії розробляти ефективні конкурентні стратегії та інноваційні продуктові рішення.

Спираючись на комплексний аналіз та зібрані дані, аналітик забезпечує керівництво компанії професійними рекомендаціями для ухвалення важливих стратегічних рішень щодо інвестиційної діяльності та розвитку бізнесу.

У фармацевтичній галузі аналітик корпоративного розвитку виступає важливим елементом у процесі формування стратегічного курсу, забезпечення ринкових переваг та оптимізації управлінських рішень щодо економічної та фінансової діяльності ТОВ «S & D OVERSIS».

Враховуючи відсутність такої штатної одиниці в Товаристві, доцільно розглянути та обчислити економічну доцільність трьох альтернативних варіантів: впровадження постійної посади аналітика, залучення зовнішнього спеціаліста на умовах аутсорсингу, або розширення функціональних обов'язків наявного працівника з додатковими аналітичними повноваженнями. Детальний фінансовий аналіз запропонованих варіантів представлено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Розрахунок вартості запровадження посади аналітика з корпоративного розвитку в діяльності ТОВ «S & D OVERSIS», тис. грн

Найменування витрат	Штатний аналітик, грн	Найманий аналітик-аутсорсер, грн	Виконання обов'язків аналітика штатним працівником, який має відповідну освіту та навички (доплата 20% до окладу)
Річний фонд оплати праці	245 000	180 000	49 000
Витрати на облаштування робочого місця	150 000	0	0
Додаткові витрати	0	10 000	0
Відрядження	12000		12000
Нарахування на фонд ЗП, (ЄСВ 22%), грн.	53900		10780
Разом	460 900	190 000	71 780

Джерело: розроблено автором

В контексті оптимізації діяльності ТОВ «S & D OVERSIS» у сфері digital-маркетингу найбільш раціональним рішенням видається залучення наявного

штатного працівника до виконання функцій SMM-спеціаліста з відповідною доплатою у розмірі 20% до основного окладу. Цей підхід демонструє значні переваги порівняно з альтернативними варіантами - введенням нової штатної позиції з окладом 20417 грн/місяць або залученням зовнішнього спеціаліста на умовах аутсорсингу за 18000 грн/місяць.

Економічна ефективність такого рішення проявляється через суттєву оптимізацію витрат на персонал та відсутність необхідності створення додаткової інфраструктури робочого місця. Особливу цінність представляє той факт, що працівник вже інтегрований у корпоративне середовище, розуміє специфіку фармацевтичного бізнесу та має налагоджені комунікаційні канали з іншими підрозділами компанії.

Важливим аспектом є можливість органічного розвитку digital-напряму через поступове нарощування компетенцій працівника у сфері SMM. Це створює міцний фундамент для майбутнього розширення штату та введення посади аналітика, коли масштаби діяльності компанії цього вимагатимуть. Такий еволюційний підхід мінімізує ризики, пов'язані з витоком конфіденційної інформації, та забезпечує вищий рівень контролю над якістю контенту порівняно з аутсорсинговим рішенням.

Додатковим позитивним ефектом стане підвищення мотивації співробітника через розширення професійних компетенцій та матеріальне стимулювання. Гнучкість у розподілі робочого часу між основними обов'язками та SMM-активностями дозволить ефективно балансувати різні напрямки діяльності без втрати якості виконання завдань.

Таким чином, обраний варіант забезпечує оптимальне співвідношення витрат та очікуваних результатів, створюючи стійку платформу для подальшого розвитку digital-маркетингу відповідно до стратегічних цілей компанії. Це рішення дозволяє розпочати активну діяльність у соціальних медіа з мінімальними ризиками та інвестиціями, зберігаючи потенціал для масштабування у майбутньому.

Розрахуємо загальні витрати ТОВ «S & D OVERSIS» по реалізації програми просуванням продукції, таблиця 3.6.

Таблиця 3.6 – Витрати на реалізацію програми просуванням фармацевтичних препаратів

Інструменти програми	Витрати, грн
SMM просування	176 000,00
PR- кампанія	246 000,00
Кобрендингові заходи	67 215,00
Всього	489 215,00

Джерело: складено автором

Визначення підсумкової вартості впровадження проєкту вимагає комплексного врахування двох основних складових: інвестицій у забезпечення діяльності корпоративного аналітика та фінансування програми популяризації фармацевтичної продукції. Детальну структуру сукупних витрат відображено в таблиці 3.7.

Табл. 3.7 – Загальна вартість реалізації проєкта з просування програми просуванням фармацевтичних препаратів

Найменування витрат	Витрати, грн
Витрати на організацію роботи штатного аналітика	71 780
Витрати на просування фармацевтичних препаратів	489 215,00
Всього	560 995,00

Джерело: розроблено автором

Сумарний обсяг інвестицій, необхідних для реалізації запланованого проєкту, сягає 560 995 грн.

Наступним етапом є здійснення аналітичних розрахунків для оцінки економічної обґрунтованості запропонованих інновацій.

З метою встановлення показника економічної ефективності застосовується наступна формула:

$$E = P / B,$$

де: E - коефіцієнт економічної ефективності; P - результат (економічний ефект, вигода); B - витрати на здійснення заходів.

Проведемо обчислення:

$$P = 6\,444,4 - 5\,603,9 = 840,6 \text{ тис. грн.}$$

$$E = 840600 / 560995 \approx 1,5$$

Розрахований показник економічної ефективності становить 1,5, що демонструє позитивну рентабельність інвестицій - кожна інвестована гривня генерує півтора гривні прибутку, підтверджуючи доцільність реалізації проекту.

Запропонований план оптимізації управлінської системи ТОВ «S & D OVERSIS» набуває особливої стратегічної ваги в умовах сучасних економічних та політичних викликів, спричинених військовим вторгненням РФ на територію України. Для реалізації SMM-стратегії запропоновано оптимальне кадрове рішення - залучення наявного штатного працівника до виконання функцій SMM-спеціаліста з доплатою 20% до основного окладу. Такий підхід має суттєві переваги порівняно з введенням нової штатної позиції чи залученням зовнішнього спеціаліста, оскільки забезпечує економію витрат, збереження конфіденційності інформації та ефективну інтеграцію digital-маркетингу в існуючі бізнес-процеси підприємства. Це створює надійну основу для подальшого органічного розвитку digital-напрямку та масштабування маркетингової діяльності компанії. В подальшому впровадження інноваційних напрямків підвищення результативності ТОВ «S & D OVERSIS», включаючи брендинг, потребує своєчасного залучення експертів високого рівня та налагодження їх ефективної взаємодії з профільними менеджерами.

ВИСНОВКИ

На основі проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

1. У результаті дослідження теоретико-методологічних засад та систематизації наукових підходів до визначення сутності поняття "ефективність діяльності підприємства" встановлено, що дана економічна категорія є багатоаспектною та еволюціонує разом із розвитком економічної думки. На основі проведеного аналізу наукової літератури виявлено, що сучасне трактування ефективності діяльності підприємства виходить за межі традиційного співвідношення результатів та витрат, охоплюючи такі аспекти як цифрова трансформація бізнес-процесів, адаптивність до змін середовища, інноваційний потенціал, екологічна відповідальність та створення цінності для стейкхолдерів.

Систематизація наукових підходів дозволила запропонувати авторське визначення поняття "ефективність діяльності підприємства" як комплексної економічної характеристики, що відображає здатність підприємства досягати поставлених цілей та максимальних результатів при оптимальному використанні наявних ресурсів, враховуючи вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Таке трактування, на відміну від існуючих, враховує багатовимірність даного поняття та особливості функціонування сучасних підприємств в умовах динамічного бізнес-середовища.

2. У процесі дослідження було узагальнено та систематизовано сучасний інструментарій оцінювання ефективності господарської діяльності підприємств, що дозволило виявити широкий спектр методичних підходів - від традиційних фінансових показників до інноваційних концепцій, таких як економічна додана вартість та збалансована система показників. Встановлено, що комплексна оцінка ефективності має базуватися на поєднанні загальних (інтегральних) та специфічних (аналітичних) показників, які враховують галузеві особливості діяльності підприємства.

Визначено, що для підприємств оптової торгівлі особливого значення набувають показники ефективності використання товарних запасів, оборотності активів, якості логістичних процесів та рівня обслуговування клієнтів. На основі проведеного аналізу запропоновано систему критеріїв оцінки ефективності, яка враховує специфіку оптової торгівлі та включає як кількісні, так і якісні параметри діяльності. Такий підхід дозволяє отримати комплексну характеристику ефективності діяльності підприємства та виявити резерви її підвищення.

3. У результаті аналізу особливостей економічної діяльності оптових торговельних підприємств встановлено їх специфічну роль як посередницької ланки між виробниками та роздрібними торговцями. Виявлено, що ефективність їх функціонування значною мірою залежить від оптимального управління товарними запасами, раціональної організації логістичних процесів та якості обслуговування клієнтів.

Дослідження показало, що ключовими особливостями діяльності оптових підприємств є: значна частка товарних запасів у структурі активів, висока залежність від ефективності управління оборотним капіталом, необхідність підтримки оптимального рівня складських запасів, важливість налагодження ефективних логістичних ланцюгів. Особливого значення набувають показники оборотності активів, що характеризують швидкість їх трансформації у грошові кошти, та якість управління дебіторською заборгованістю.

Встановлено, що в сучасних умовах конкурентоспроможність оптових торговельних підприємств все більше залежить від рівня цифровізації бізнес-процесів, швидкості обробки замовлень, гнучкості умов співпраці та здатності забезпечувати індивідуальний підхід до потреб клієнтів. Це вимагає впровадження сучасних інформаційних технологій та постійного вдосконалення системи управління взаємовідносинами з клієнтами.

4. За результатами комплексної діагностики фінансово-господарської діяльності ТОВ "S & D OVERSIS" за 2021-2023 роки встановлено, що

підприємство демонструє загалом позитивну динаміку розвитку, хоча й має певні виклики в управлінні ефективністю.

Зокрема, відзначається суттєве зростання масштабів діяльності: дохід від реалізації збільшився на 43,9% (1954,37 тис.грн.), розширено штат працівників на 17%, вартість основних засобів зросла на 25,4%, а продуктивність праці підвищилась на 23,4%. При цьому підприємство залишається прибутковим, хоча спостерігається незначне зниження чистого прибутку на 12% (з 338 до 299 тис.грн.).

Викликає занепокоєння випереджаюче зростання витрат порівняно з доходами. Загальні витрати зросли на 47,5% (1632,76 тис.грн.), що обумовлено подорожчанням лікарських препаратів, збільшенням логістичних витрат та розширенням обсягів діяльності. Це призвело до зниження показників рентабельності та ефективності використання ресурсів.

Однак, аналіз точки безбитковості та загальних показників діяльності свідчить про високу економічну ефективність підприємства в 2023 році, його здатність генерувати прибуток та потенціал для подальшого розвитку. Фактичні обсяги реалізації перевищують поріг безбитковості, що підтверджує стійкість бізнес-моделі підприємства.

5. За результатами розробки та економічного обґрунтування проекту SMM-стратегії для просування фармацевтичних препаратів ТОВ «S & D OVERSIS» встановлено його високу інвестиційну привабливість. При загальному обсязі необхідних інвестицій у 560 995 грн прогнозований економічний ефект складає 840 600 грн. Розрахований коефіцієнт економічної ефективності на рівні 1,5 свідчить про значний потенціал рентабельності проекту, оскільки кожна вкладена гривня генерує 1,5 грн прибутку.

Для реалізації SMM-стратегії запропоновано оптимальне кадрове рішення - залучення наявного штатного працівника до виконання функцій SMM-спеціаліста з доплатою 20% до основного окладу. Такий підхід має суттєві переваги порівняно з введенням нової штатної позиції чи залученням зовнішнього спеціаліста, оскільки забезпечує економію витрат, збереження

конфіденційності інформації та ефективну інтеграцію digital-маркетингу в існуючі бізнес-процеси підприємства. Це створює надійну основу для подальшого органічного розвитку digital-напрямку та масштабування маркетингової діяльності компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління [текст]: підручник. / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 600 с.
2. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Відп. ред. С. В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2010. – Т. 1. — 864 с.
3. Рац О.М. Визначення сутності поняття «ефективність функціонування підприємства» / О.М. Рац // Економічний простір: Зб. наук. праць. – 2008. – №15. – С. 275-285..
4. Якимчук, Т. В. Соціально-економічна ефективність підприємства та її значення в сучасних умовах. *«Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування*, 2011, 2(56) Ч.2, С. 184–189. URL: [https://doi.org/10.26642/jen-2011-2\(56\) Ч.2-184-189](https://doi.org/10.26642/jen-2011-2(56) Ч.2-184-189).
5. Хівренко Т.А. Сутність поняття ефективності діяльності підприємства. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. 2018. №22. С. 845 – 851.
6. Куценко А. А. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
7. Череп А. В., Стрілець Є. М. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>
8. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 20, ч. 3. С. 174–177. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20_3_2018ua/38.pdf
9. Морщенок Т. С. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 1(01). С. 7–13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_1_3.

10. Назаренко І. Економічний зміст ефективності діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 3(76). С. 15–22. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39218/2/GEB_2022v76n3_Nazarenko_I-Eco-nomic_content_of_the_15-22.pdf.
11. Місько Г. А. Сутність поняття результативність та ефективність в менеджменті. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2020. № 3–4 (276–277). С. 97–102. URL: [http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2020/276-277/pdf/%D0%9D%D0%92%203-4%20\(276-277\)%202020.pdf#page=97](http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2020/276-277/pdf/%D0%9D%D0%92%203-4%20(276-277)%202020.pdf#page=97).
12. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №6. С. 190–195. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-190-195>.
13. Петков О. І. Економічна ефективність підприємств та фактори впливу на неї. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6, № 1. С. 392–399. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2022/07/ujae_2021_r01.pdf#page=392.
14. Гарафонова О. І., Василюк Н. Концептуальні підходи до процесу управління ефективністю діяльності бізнес-організацій. *Науковий журнал "ECONOMIC SYNERGY"*. 2022. Вип. 3(5). С. 27–37. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-3-3>.
15. Саричев Д. О. Управління ефективністю операційної діяльності підприємства. *Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. пр.* 2012. № 30. С. 136–143. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/items/757f66d2-6d5a-472e-be03-d3a21cf05dfc>.
16. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємництві: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 480 с.
17. Economics: principles, problems, and policies. McGraw Hill, 2012.
18. Economics: principles, problems, and policies. Irwin/McGraw-Hill, 2004.

- 19.Кравченко В. Ефективність діяльності підприємства: зміст, види та роль у сучасних умовах. Економіка та суспільство. 2024. № 65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-93> (дата звернення: 24.10.2024).
- 20.Бондар Н. М. Економіка підприємства: навч. посібн. / Н. М. Бондар – К: Видавництво А. С. К., 2014. – 400 с.
- 21.Майстро Р.Г. Науково-теоретичні основи ефективності / Р.Г. Майстро, Ю.С. Щербак // Вісник НТУ "ХПІ". — 2014. — № 32 (1075). — С. 97—102.
- 22.Жучкова Г.А. Результативність діяльності підприємства: науково-методичні аспекти її визначення / Г.А. Жучкова // Ефективна економіка. — 2013. - № 11. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2517>
- 23.Богацька Н.М. Ефективність діяльності підприємства та її планування / Н.М. Богацька, Д.В. Берднік // Україна наукова: Х Міжнар. наук. інтернет-конф., 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://int-konf.org/konf122013/652-kandidat-ekonomichnih-nauk-docent-bogacka-n-m-berdnk-d-v-dobera-o-o-efektivnost-dyalnost-pdpriyemstva-ta-yiyi-planuvannya.html>.
- 24.Мельник О. І., Мельник А. Г., Притула А. О. Теоретичні засади ефективної торговельної діяльності в ринкових умовах. *Журнал Інвестиції: практика та досвід науково-фахове видання України з питань економіки та державного управління*. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2018/4.pdf (дата звернення: 16.10.2024).
- 25.Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія / А.В. Куценко. — Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. — 205 с.
- 26.Лазарева Н.О. Гносеологічні аспекти ефективності діяльності підприємства / Н.О. Лазарева, А.Г. Гончарук // Економічний форум. — 2015. — № 2. — С. 216—222.

- 27.Якимчук Т. В. «Соціально-економічна ефективність підприємства та її значення в сучасних умовах» // Якимчук Т. В.// Економічні науки. Вісник ЖДТУ №2(56) – 2011. – 184-190 С.
- 28.Валінкевич Н., Коценко М. Особливості функціонування торговельного підприємництва в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-4> (дата звернення: 06.01.2025).
- 29.Шиндировський І. М. Торговельне підприємництво та особливості його сучасного стану. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. № 70. С. 77–82.
- 30.Тимченко О. І. Особливості аналізу фінансових результатів діяльності малих підприємств | О І Тимченко | Ефективна економіка №6 2013. *Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2106> (дата звернення: 18.10.2024).
- 31.Крисак А. О. Аналіз формування економічного потенціалу малих підприємств. *Економіка та держава*. 2013. № 4. С. 39-42.
- 32.Гончарук І., Томашук І. Ресурсний потенціал сільських територій: стан та напрями зміцнення: монографія. Вінниця : ТОВ "Твори", 2022. 334 с.
- 33.Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства : [навч. посіб.] / М.І. Небава, О.О. Адлер, О.І. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – Ч. 2. – 130 с.
- 34.Савченко С., Шенгер М. Принципи стратегічного управління ефективністю діяльності підприємства. *Grail of Science*. 2022. № 17. С. 66-68. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.07.2022.008> (дата звернення: 07.10.2024).
- 35.Погребняк А. Ю. Напрями удосконалення методичних підходів до оцінки ефективності механізму антикризового управління на підприємствах машинобудування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 7. С. 162-167.

36. Kukharuk A., Kyi V., Zmitrovych D. Indicators of the performance of business processes for ensuring enterprises' economic sustainability. *International scientific journal "internauka". series: "economic sciences"*. 2018. No. 5. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2018-5-3780> (date of access: 25.10.2024).
37. Lutkovska S., Kazmyr V. Criteria and indicators of identification of performance of organization and economic mechanism of the grain market functioning. *Odessa national university herald. economy*. 2020. Vol. 25, no. 5(84). URL: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/5-84-6> (date of access: 01.11.2024).
38. Кучер Л. Ю., Русин-Гриник Р. Р., Говда Д. О. Торговельне підприємництво як специфічне середовище розвитку інформаційних систем. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 3. С. 62–68. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-765x/2023-3-10> (дата звернення: 11.10.2024).
39. Середа С. А. Торговельне обладнання – важлива ланка атмосфери роздрібного торговельного підприємства. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 42. С. 80–85. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-11> (дата звернення: 14.10.2024).
40. Копчак Ю., Лобунець Т., Луковський Р. Swot-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-146> (дата звернення: 01.11.2024).
41. Калінеску Т. В., Височина В. В. Діагностика ймовірності банкрутства підприємств. *Time description of economic reforms*. 2024. № 1. С. 50–57. URL: <https://doi.org/10.32620/cher.2024.1.06> (дата звернення: 04.11.2024).
42. Попов О. Методи оцінювання ймовірності банкрутства підприємств України. *Успіхи і досягнення у науці*. 2024. Т. 1, № 3(3). URL: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-3\(3\)-557-570](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-3(3)-557-570) (дата звернення: 04.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство <u>S & D OVERSIS</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія <u>м.Київ</u>	за ЄДРПОУ	22 01 01
Організаційно-правова форма <u>товариство з обмеженою відповід</u>	за КАТОТТГ ¹	40651601
Вид економічної <u>оптова торгівля</u>	за КОПФГ	
Середня кількість <u>6</u>	за КВЕД	47.74
Адреса, <u>м.Київ, вул.Лугова, 12, оф.3</u>		

Одиниця виміру: тис. грн.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на рік 20_21_ р.

Форма N 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	832	846
первісна вартість	1011	877	894
знос	1012	45	48
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030		
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	832	846
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	85	67
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1253	1432
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130		
за виданими авансами			
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	16	19
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	1354	1518
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	2186	2364

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	500	500
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	11	11
Резервний капітал	1415	18	18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	919	881
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	1448	1410
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	676	868
розрахунками з бюджетом	1620	12	9
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	12	13
розрахунками з оплати праці	1630	62	64
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695	738	954
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	2186	2364

Керівник

Головний бухгалтер

(Із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 року N 627, від 9 липня 2021 року N 385)

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство <u>C & D OVERSIS</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія <u>м.Кропивницький</u>	за ЄДРПОУ	23 01 01
Організаційно-правова форма <u>товариство з обмеженою відповід</u>	за КАТОТТГ ¹	40651601
Вид економічної <u>оптова торгівля лікарськими препаратами</u>	за КОПФГ	
Середня кількість <u>5</u>	за КВЕД	47,74
Адреса, <u>м.Київ, вул. Лугова, 12, оф.3</u>		

Одиниця виміру: тис. грн.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на рік 20 22 р.

Форма N 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	746	898
первісна вартість	1011	894	
знос	1012	48	60
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	846	898
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	67	
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1432	
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	19	
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	1518	2202
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	2364	3100

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	500	500
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	11	11
Резервний капітал	1415	18	18
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	881	1153
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	1410	1682
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	568	1334
розрахунками з бюджетом	1620	9	18
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	13	9
розрахунками з оплати праці	1630	64	57
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695	954	1418
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	2364	3100

Керівник

Головний бухгалтер

(Із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 року N 627, від 9 липня 2021 року N 385)

Підприємство C & D OVERSIS

(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
22	01	01
40651601		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за _____ рік _____ 20_21_ р.

Форма N 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3707	3097
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2482	2032
Валовий:			
прибуток	2090	1225	1065
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	142	260
Адміністративні витрати	2130	624	544
Витрати на збут	2150	326	301
Інші операційні витрати	2180	6	5
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	411	475
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	12	
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	1	3
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	422	472
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	84	92
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	338	380
збиток	2355	()	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2413	1979
Витрати на оплату праці	2505	786	747
Відрахування на соціальні заходи	2510	251	238
Амортизація	2515	48	45
Інші операційні витрати	2520	407	193
Разом	2550	3905	3202

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство C & D OVERSIS

(найменування)

Дата (рік, місяць, число) _____
за ЄДРПОУ _____

КОДИ		
23	01	01
40651601		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за _____ рік _____ 20_22_ р.

Форма N 2 Код за ДКУД

1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4522	3707
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	2991	24782
Валовий:			
прибуток	2090	1531	1225
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	270	142
Адміністративні витрати	2130	658	624
Витрати на збут	2150	642	326
Інші операційні витрати	2180	5	6
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	496	411
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	4	12
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	1	1
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	499	422
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	100	84
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	399	338
збиток	2355	()	()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2941	2413
Витрати на оплату праці	2505	927	786
Відрахування на соціальні заходи	2510	297	251
Амортизація	2515	60	48
Інші операційні витрати	2520	405	407
Разом	2550	4630	3905

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство C & D OVERSIS

Територія м.Кропивницький

Організаційно-правова форма товариство з обмеженою відповід

Вид економічної оптова торгівля лікарськими препаратами

Середня кількість _____

Адреса, м.Київ, вул. Лугова, 12, оф.3

Дата (рік, місяць, число) _____

за ЄДРПОУ _____

за КАТОТТГ¹ _____

за КОПФГ _____

за КВЕД _____

КОДИ

24 | 01 | 01

40651601

47,74

Одиниця виміру: тис. грн.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на рік 20 23 р.

Форма N 1 Код за ДКУД 01001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	898	1060
первісна вартість	1011	958	1134
знос	1012	60	74
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	898	1060
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	751	886
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1432	1561
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	19	152
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	2202	2599
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	3100	3659

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	500	500
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	11	11
Резервний капітал	1415	18	21
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1153	1453
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	1682	1985
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	1334	1574
розрахунками з бюджетом	1620	18	21
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	9	11
розрахунками з оплати праці	1630	57	68
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695	1418	1674
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	3100	3100

Керівник

Головний бухгалтер

(Із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 року N 627, від 9 липня 2021 року N 385)

Підприємство <u>C & D OVERSIS</u> (найменування)	Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ	КОДИ		
		24	01	01
		40651601		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за _____ рік _____ 20_23_ р.

Форма N 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5337	4522
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3529	2991
Валовий:			
прибуток	2090	1808	1531
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	103	270
Адміністративні витрати	2130	776	658
Витрати на збут	2150	758	642
Інші операційні витрати	2180	6	5
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	371	496
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	2	4
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270		1
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	373	499
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	100	100
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	74	
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	299	399
збиток	2355		()

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3470	2941
Витрати на оплату праці	2505	1094	927
Відрахування на соціальні заходи	2510	350	297
Амортизація	2515	71	60
Інші операційні витрати	2520	87	405
Разом	2550	5072	4630

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Головний бухгалтер



LIUBOV CHYBITKO

Development of measures to improve the efficiency of economic activity of the enterprise.docx

 Central Ukrainian National Technical University

Document Details

Submission ID

trn:oid::2945:258249260

Submission Date

Dec 11, 2024, 12:31 PM GMT+2

Download Date

Dec 11, 2024, 12:34 PM GMT+2

File Name

CHYBITKO LIUBOV EP-23M Development of measures to improve the efficiency of economic act....docx

File Size

1.4 MB

98 Pages

15,194 Words

111,018 Characters



9% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 8 words)

Top Sources

- 6%  Internet sources
- 0%  Publications
- 7%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.