

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

«ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ»

Завідувач кафедри:

д.е.н., професор

Володимир ЗАЙЧЕНКО

«25» грудня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ

на тему:

«Підвищення прибутковості діяльності підприємства

(на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ)»

«Increasing profitability of the enterprise»

Виконав здобувач вищої освіти 2м курсу,
групи ЕОБ-22м-1,4 ОПП «Економіка та
організація бізнесу»

спеціальності 076 «Підприємництво та
торгівля»

Винокурова Дар'я Олександрівна

«25» грудня 2023 р.

Керівник роботи:

к.т.н., доцент Савеленко Г.В.

«25» грудня 2023 р.

Рецензент:

к.е.н., професор Савченко В. М.

« _____ » _____ 2023 р.

м. Кропивницький

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

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри економіки
та підприємництва

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

« 9 » вересня 2023 року

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

Винокурова Дар'я Олександрівна
(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи «Підвищення прибутковості 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 25 грудня 2023

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

Завдання: розкрити теоретичні основи поняття прибутковості; проаналізувати функції
прибутку та провести його класифікацію; розглянути фактори впливу на зростання
прибутковості діяльності підприємств; провести аналіз факторів впливу на зростання;
прибутковості діяльності підприємства; розглянути загальну організаційно-
економічну характеристику підприємства; провести SWOT- аналіз діяльності підприємства;
провести аналіз фінансово-економічного стану підприємства; провести аналіз ймовірності банкрутства;
запропонувати напрями підвищення прибутковості діяльності підприємства .

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Ознайомлення з літературними джерелами	09.09.23-20.09.23	
2.	Написання вступу та першого розділу «Теоретичні основи формування та управління прибутком»	21.09.23-10.10.23	
3.	Написання другого розділу «Аналіз результатів господарської діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»	11.10.23-11.11.23	
4.	Написання третього розділу «Розробка напрямів підвищення прибутковості ТОВ «S & D OVERSIS»	12.11.23-10.12.23	
5.	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.12.23-15.12.23	
6.	Перевірка кваліфікаційної роботи на унікальність та виявлення академічного плагіату	15.12.23-20.12.23	
7.	Підготовка ілюстративного матеріалу, отримання відгуку наукового керівника, зовнішньої рецензії, рецензії, підготовка до захисту	20.12.23-25.12.23	

Дата видачі завдання

«9» вересня 2023 р.

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

Завдання прийняте до виконання

«9» вересня 2023 р.

Здобувач _____ Винокурова Д.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Винокурова Д. О. Підвищення прибутковості діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ): кваліфікаційна робота за другим (магістерським) рівнем вищої освіти за ОПП «Економіка та організація бізнесу» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / Центральноукраїнський національний технічний університет. Кропивницький, 2023. 96 с.

У першому розділі роботи досліджено теоретичні основи формування та управління прибутком. Проаналізовано сутність поняття «прибуток». Визначено функції прибутку та проведена його класифікація.

У другому розділі роботи здійснено аналіз фінансово-економічного стану підприємства. Надано загальну організаційно-економічну характеристику ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС». Здійснено SWOT- аналіз діяльності підприємства та аналіз ймовірності банкрутства.

У третьому розділі розроблено науково-практичні рекомендації щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства. Запропоновано бізнес-план продажу окремих лікарських препаратів та проведено розрахунок економічної ефективності від його впровадження.

Ключові слова: бізнес-план, прибутковість, SWOT- аналіз, управління прибутком.

ANOTATION

Vynokurova D. O. Increasing the profitability of the enterprise (on the example of "S END D OVERSIS" LLC, Kyiv): qualifying work for the second (master's) level of higher education at the OPP "Economics and Business Organization" in the specialty 076 "Entrepreneurship and Trade" / Central Ukrainian National Technical University. Kropyvnytskyi, 2023. 96 p.

The first chapter of the work examines the theoretical foundations of profit formation and management. The essence of the concept of "profit" is analyzed. Profit functions were defined and its classification was carried out.

In the second section of the work, an analysis of the financial and economic state of the enterprise was carried out. The general organizational and economic characteristics are given

LLC "S YEND DOVERSIS. A SWOT analysis of the company's activity and an analysis of the probability of bankruptcy were carried out.

In the third chapter, scientific and practical recommendations for increasing the profitability of the enterprise have been developed. A business plan for the sale of certain medicines was proposed and the economic efficiency of its implementation was calculated.

Keywords: business plan, profitability, SWOT analysis, profit management.

ЗМІСТ

Перелік умовних позначень.....	6
ВСТУП.....	7
I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ	
ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	10
1.1 Прибуток підприємства як економічна категорія	10
1.2. Функції прибутку та його класифікація	14
1.3 Фактори впливу на зростання прибутковості діяльності підприємства	18
2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	27
ТОВ «S & D OVERSIS»	27
2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства	27
2.2. SWOT-аналіз діяльності підприємства	32
2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності	38
2.4. Аналіз ефективності використання виробничих ресурсів підприємства	52
2.4. Аналіз ймовірності банкрутства.....	57
III. РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ	
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	63
3.1 Запровадження системи стратегічного планування, як засобу забезпечення конкурентних переваг та підвищення прибутковості діяльності.....	63
3.2. Підвищення прибутковості підприємства на основі розширення асортименту продажу лікарських препаратів.....	72
ВИСНОВКИ	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	94
ДОДАТКИ	97

Перелік умовних позначень

БП – бухгалтерський прибуток

ОВЗ - основні виробничі засоби

ОЗ - основні засоби

ОФ – основні фонди

ПНП – податок на прибуток

ЧП – чистий прибуток

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах нестабільної економіки України та загострення кризових явищ гостро постає потреба в активізації господарської діяльності та пошуку інструментів для зняття соціальної напруги і забезпечення сталого розвитку реального сектору. Одним з таких важливих інструментів є прибуток, який слугує головним джерелом зростання власних фінансових ресурсів, необхідних для фінансово-господарської діяльності підприємств.

Недосконале управління процесами формування та використання прибутку, що спостерігається нині, призводить до зниження ефективності діяльності підприємств та їхніх можливостей щодо наповнення бюджету. Це зумовлює необхідність пошуку нових механізмів управління прибутком. Такі механізми мають максимально використовувати виробничий, маркетинговий та фінансовий потенціал підприємств, сприяти зростанню їх конкурентоспроможності на національному і світовому ринках в умовах глобалізації.

Ефективне управління прибутком дозволить підприємствам нарощувати обсяги виробництва, оновлювати технології, створювати нові робочі місця. Це сприятиме підвищенню добробуту працівників та вирішенню нагальних соціально-економічних проблем суспільства. Отже, вдосконалення механізмів управління прибутком є важливим завданням економічної науки і практики.

Значний внесок у вивчення теоретичних і практичних аспектів формування та використання прибутку підприємств зробили такі вітчизняні науковці: М.Д. Білик, І.О. Бланк, Л.Д. Буряк, І.В. Зятковський, В.М. Коваленко, О.О. Кравченко, М.І. Крупка, В.Г. Лінник, В.О. Мец, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, В.М. Федосов, Н.М. Цал-Цалко та інші. Ці питання також досліджували відомі зарубіжні економісти: С.Л. Брю, К.Р. Макконнел, К. Маркс, А. Маршалл, В. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт, Дж. Ван Хорн.

Отже, широкий спектр цієї проблематики висвітлено у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Водночас, теорія і практика сьогодення свідчать, що питання формування прибутку підприємств, ефективності його генерування та використання досліджені недостатньо. Існуючі розробки не повною мірою враховують зростання відкритості економіки України та посилення впливу глобалізаційних процесів на стан фінансової системи. Необхідність поглибленого аналізу та вирішення назрілих проблем зумовили вибір теми дослідження, її мети і завдань, а також актуальність.

Сучасні економічні реалії вимагають нового комплексного підходу до управління прибутком з урахуванням посилення інтеграційних процесів та глобальної конкуренції. Це забезпечить підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств та їх конкурентоспроможності. Тому дослідження у цій сфері є актуальним.

Мета та завдання дослідження.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розширення теоретико-методичних засад та розроблення рекомендацій науково-прикладного змісту щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства (на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС», м. Київ)».

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення таких завдань:

- здійснити аналіз наукової думки щодо розуміння поняття «прибуток»;
- проаналізувати функції прибутку та провести його класифікацію;
- проаналізувати фактори впливу на зростання прибутковості діяльності підприємств;
- провести аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС»;
- провести аналіз ймовірності банкрутства підприємства;
- запропонувати напрями підвищення прибутковості діяльності підприємства;
- оцінити додатковий прибуток від запропонованого бізнес-плану.

Об'єктом дослідження є процеси підвищення прибутковості діяльності підприємства на прикладі ТОВ «С ЄНД ДОВЕРСІС».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти підвищення прибутковості діяльності на підприємстві.

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні джерела з питань підвищення прибутковості підприємств. Вивчено нормативно-правові акти, державні програми, закони щодо підтримки підприємств. Також проаналізовано праці вітчизняних і зарубіжних науковців щодо підвищення прибутковості, статистичні дані досліджуваного товариства з обмеженою відповідальністю «С ЄНД ДОВЕРСІС».

Наукова новизна отриманих результатів кваліфікаційної роботи:

- *удосконалено програмно-цільові заходи щодо підвищення прибутковості підприємства;*

Практичне значення результатів полягає в розробці бізнес-плану продажу окремих лікарських препаратів. Отже, практична цінність роботи - в рекомендаціях, які підвищують прибутковість підприємства за рахунок збільшення обсягів продажу лікарських препаратів.

Апробація отриманих результатів: основні висновки та пропозиції виконаної кваліфікаційної роботи було викладено у доповіді на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі», яка відбулася 12 грудня 2023 р. у м. Кропивницький, в ЦНТУ). Тези доповіді опубліковано у збірнику матеріалів конференції (назва тез доповіді – «Система стратегічного планування, як засіб забезпечення конкурентних переваг»).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 85 сторінок, у тому числі 80 сторінок основного тексту. Ілюстративний матеріал кваліфікаційної роботи включає 25 таблиць і 13 рисунків.

I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.

1.1 Прибуток підприємства як економічна категорія

У ринкових умовах господарювання прибуток посідає чільне місце серед основних цілей підприємницької активності. Тому дослідження його сутності та механізмів формування і використання є важливою теоретичною передумовою обґрунтування напрямів розвитку бізнесу.

Зростання динамічності економічних процесів, глибинна трансформація внутрішньої природи господарських зв'язків, посилення ролі інновацій як чинника конкурентоспроможності й довгострокової результативності підприємництва - усе це вимагає переосмислення аналітичного інструментарію управління ефективністю сучасних компаній. [1, с. 101].

Прибуток підприємств є однією з найбільш складних економічних категорій, що віддзеркалює складні й суперечливі суспільні відносини з приводу формування та використання частини створеної вартості. Сутність цього феномену вивчалася століттями, протягом яких висувалися різноманітні підходи до тлумачення його природи й практичного застосування.

Походження прибутку, механізми його генерування і розподілу постійно перебували в центрі уваги провідних економістів. Із розвитком економічної думки визначення поняття дедалі ускладнювалось. Водночас незмінним лишалося те, що прибуток асоціювався з певного роду різницею, відхиленням чи залишком.

Спочатку в епоху меркантилізму вважалося, що прибуток виникає у сфері обігу завдяки торгівлі. Згодом фізіократи перенесли джерело формування прибутку у сферу виробництва, що стало значним кроком уперед у дослідженні цього феномену.

Представники класичної політекономії, зокрема В. Петті, А. Сміт та Д. Рікардо, зробили великий внесок у розвиток теорії прибутку. Їхні революційні погляди на сутність цього явища стали фундаментом для формування новітніх

концепцій. Наприклад, Сміт вважав прибуток результатом праці найманих робітників, оскільки створювана ними вартість розділялася на оплату праці та прибуток підприємця.

Відповідно до однієї з сучасних теорій, сьогодні прибуток перестав бути головним мотивом виробництва. Прибічники цієї концепції (Гелбрейт, Берлі, Мінс та ін.) стверджують, що еволюція структури фірм призвела до формування нових цілей: захист інтересів акціонерів і суспільства, зростання компанії, максимізація продажів тощо.

Розвиток економічної науки постійно розширює аналіз природи прибутку, поглиблюючи розуміння його сутності. Процес пізнання цієї категорії триває, не припиняються пошуки нових підходів до її тлумачення та розрахунку (рис.1.1).

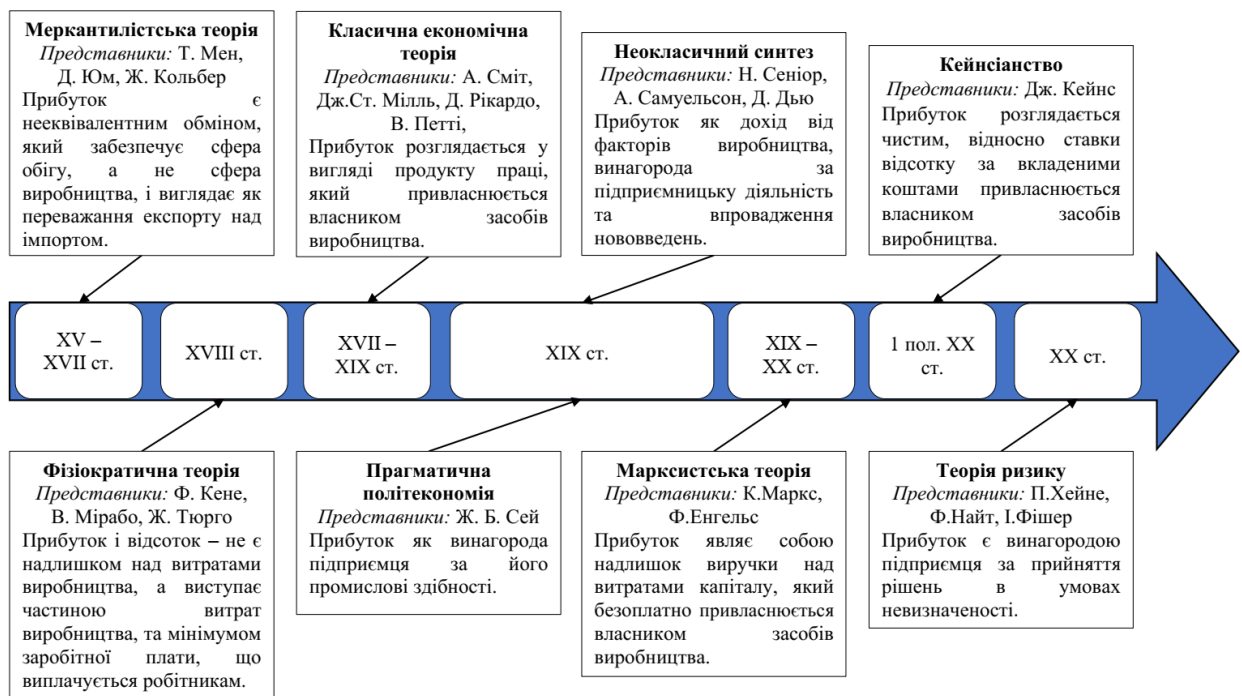


Рисунок 1.1 – Процес пізнання категорії «прибуток» [2-6]

Аналіз вітчизняних наукових джерел та нормативно-правових актів дає змогу виокремити два підходи до трактування поняття "прибуток", характеристики яких наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Характеристика нормативно-правового та науково-дослідного підходів до трактування категорії «прибуток» [7-10]

Підхід до трактування	Нормативно-правовий	Науково-дослідний
Джерело/автор, визначення	Господарський Кодекс України, ст.142: «Прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань».	І. А. Бланк: «Прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення підприємницької діяльності».
	Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: «Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати».	С. В. Мочерний: «Прибуток – це перетворена похідна форми додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу товарів і витратами капіталу на її виготовлення».
		В. Д. Базилевич: «Прибуток – дохід власників фірми (підприємства), визначений як різниця між валовим доходом (виручкою від реалізації) і загальними витратами на виробництво та реалізацію продукції».

Більш повне узагальнення сучасної ролі прибутку подано на рисунку 1.2.



Рисунок 1.2 – Роль прибутку у фінансовому забезпеченні [11, 12]

Економічна роль прибутку виявляється в таких його рисах: прибуток є рушійною силою розвитку економіки й суспільства, стимулюючим мотивом підприємницької діяльності.

Прибуток - найбільш узагальнюючий показник фінансових результатів господарської діяльності на рівні як окремого підприємства, так і економіки загалом. Наразі аналіз прибутку здійснюється на двох рівнях: мікроекономічному (рівень підприємства) та макроекономічному (національна економіка). Кожному рівню відповідає своя звітність і мета аналізу.

Зокрема, на рівні окремої фірми досліджується процес формування прибутку. Натомість на макрорівні показується частка прибутку у структурі національного доходу.

Ключове значення для отримання прибутку має реалізація вироблених товарів і послуг. Вона дає змогу відшкодувати витрати та забезпечити певний профіцит коштів. Затримка реалізації порушує нормальний цикл виробництва та може спричинити кризу перевиробництва.

Прибуток не є сталою величиною, а його розмір залежить від дії низки чинників:

- обсягу залучених коштів (чим більше коштів інвестовано у виробництво, тим більші обсяги продукції і відповідно прибутку);
- співвідношення прибутку та витрат, тобто рівня прибутковості капіталовкладень;
- рівня технологічного розвитку виробництва (скорочення витрат на виробництво збільшує частку прибутку в ціні продукту);
- швидкості обороту капіталу (прискорення обороту капіталу за незмінних інвестицій збільшує обсяги виробництва і прибуток);
- ринкової ціни на продукцію (коливання ціни веде до коливання прибутку; ціна на рівні витрат унеможливорює прибуток, а ціна вище витрат безпосередньо впливає на його обсяг тощо).

1.2. Функції прибутку та його класифікація

У сучасних умовах прибуток як багатопланове економічне явище має різні форми та види прояву. Тому процес управління прибутком є дуже важливим як для окремого підприємства, так і для держави загалом. Неточність у визначенні видів прибутку призводить до суперечностей в управлінні ним, не до кінця точних результатів та неможливості повного виконання прибутком усіх його функцій.

Економічний зміст прибутку розкривається через функції, які він виконує. Згідно з класичними поглядами, основними функціями прибутку є:

1. характеристика економічного ефекту від діяльності підприємства;
2. стимулювання розширення виробництва, науково-технічного та соціального розвитку підприємства;
3. формування бюджетів різних рівнів [12, 13].

У процесі управління прибутком важливу роль відіграє його класифікація за різними ознаками.

Таблиця 1.2 Класифікація видів прибутку підприємства [14]

№ з/п	Ознака класифікації	Вид прибутку (за відповідними ознаками класифікації)
1	За характером витрат, які впливають на формування прибутку підприємства	а) бухгалтерський прибуток (явні, достовірні витрати); б) економічний прибуток (загальні витрати, сума явних і альтернативних витрат); в) нормальний прибуток підприємства (альтернативні витрати);
2	За формою власності підприємства	а) прибуток приватного підприємства; б) прибуток колективного підприємства; в) прибуток комунального підприємства; г) прибуток державного підприємства; д) прибуток підприємства зі змішаною формою власності;
3	За методикою планування прибутку	а) ресурсний (прибуток, сформований, виходячи з ресурсних можливостей підприємства); б) цільовий (прибуток, сформований виходячи з суми необхідного підприємству обсягу внутрішніх фінансових ресурсів для фінансування виробничого розвитку відповідно до фінансової стратегії підприємства);
4	За місцем підприємства на ринку товарів і послуг	а) монопольний прибуток; б) прибуток конкурентний (одержаний у результаті реалізації конкурентних переваг); в) кон'юнктурний прибуток (як результат зміни кон'юнктури ринку)

Бухгалтерський прибуток відображає кінцевий фінансовий результат усіх видів діяльності підприємства та являє собою сальдо отриманих прибутків і збитків. Його розмір визначається на підставі даних бухгалтерського обліку та відображається на рахунку нерозподіленого прибутку (або непокритих збитків). Визначається за формулою:

$$\text{БП} = \text{П} - \text{БВ}, \quad (1.1)$$

де БП – бухгалтерський прибуток;

П – загальний прибуток;

БВ – бухгалтерські (зовнішні, явні) витрати [15].

Економічний прибуток - це різниця між загальним обсягом доходів компанії та сукупними витратами, що включають як поточні зовнішні витрати, так і внутрішні витрати, які не фіксуються бухобліком та оцінюються за альтернативною вартістю.

Отже, економічний прибуток завжди менший від бухгалтерського на величину невідображених внутрішніх витрат підприємства.

Визначаємо за формулою:

$$\text{ЕП} = \text{П} - \text{ЕВ}, \quad (1.2)$$

де ЕП – економічний прибуток;

П – загальний прибуток;

ЕВ – економічні витрати.

Прибуток від звичайної діяльності відображає фінансовий результат усіх типових, регулярних видів бізнес-активності підприємства. Він формується на постійній основі завдяки операціям, що традиційно здійснюються даною фірмою в процесі її функціонування.

Такий прибуток характеризує ефект від основних, характерних саме для цього підприємства сфер діяльності та господарських процесів, які систематично забезпечують отримання доходу. Визначається:

$$\text{Пзд} = \text{Под} + \text{Пфд} + \text{Пізд}, \quad (1.3)$$

де Пзд – прибуток від звичайної діяльності;

Под – прибуток від операційної діяльності;

Пфд – прибуток від фінансової діяльності; Пізд – прибуток від іншої звичайної діяльності.

Прибуток від надзвичайних подій характеризує дуже рідкісне для даного підприємства джерело формування.

Прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є основною його складовою на підприємстві, безпосередньо пов'язаною з галузевою специфікою діяльності. Цей показник фактично еквівалентний поняттю «валовий прибуток» - в обох випадках йдеться про фінансовий результат операційної, виробничо-збутової діяльності компанії.

Прибуток від операційної діяльності являє собою узагальнений показник, що включає як прибуток від реалізації продукції, так і прибуток від інших операцій, не пов'язаних з інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Визначається за формулою:

$$\text{Под} = \text{ВП} - \text{ОВ} + \text{ОДі} - \text{ОВі}, \quad (1.4)$$

де Под – прибуток від операційної діяльності;

ВП – валовий прибуток;

ОДі – інші операційні доходи;

ОВі – інші операційні витрати

Прибуток від інвестиційної діяльності відображає підсумковий фінансовий результат операцій з придбання і продажу необоротних активів (основних засобів, нематеріальних активів тощо), а також короткострокових фінансових інвестицій.

Прибуток від фінансової діяльності характеризує результат операцій, що приводять до змін у структурі власного і позикового капіталу компанії.

Граничний прибуток - це чистий дохід від операційної діяльності за мінусом суми змінних витрат, тобто прибуток від останньої реалізованої одиниці продукції. Визначаємо за формулою:

$$\text{МП} = \text{ЧДод} - \text{ЗВ}, \quad (1.5)$$

де МП – маржинальний прибуток;

ЧДод – чистий дохід від операційної діяльності;

ЗВ – змінні витрати.

Валовий прибуток відображає чистий дохід від реалізації продукції за мінусом її собівартості. Інакше кажучи, це різниця між виручкою від продажу та витратами на виробництво реалізованої продукції:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{Спр}, \quad (1.6)$$

де ВП – валовий прибуток;

ЧД – чистий дохід;

Спр – собівартість продукції.

Чистий прибуток являє собою величину валового прибутку за мінусом усіх податкових платежів, що сплачуються з його рахунку. Тобто це кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства після оподаткування. Його можна визначити за формулою

$$\text{ЧП} = \text{Пзд} - \text{ПНП}, \quad (1.7)$$

де ЧП – чистий прибуток;

Пзд – прибуток від звичайної діяльності;

ПНП – податок на прибуток.

Номінальний прибуток - це сума прибутку, фактично отримана підприємством за певний період.

Реальний прибуток відображає номінально отриману суму прибутку з коригуванням на рівень інфляції за відповідний період.

Нормальний прибуток характеризує такий його рівень, за якого після покриття усіх поточних витрат залишається певний дохід. Він дорівнює мінімальній ставці депозитного відсотка, тобто прибутку, який можна було б отримати, розмістивши кошти на банківському депозиті.

Низький прибуток характеризує рівень його формування, нижчий за нормальний прибуток.

Високий прибуток перевищує рівень нормального прибутку. Нерозподілений прибуток – це частина чистого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства після виплати дивідендів, формування резервів тощо.

Розподілений прибуток – це вже використана частина прибутку, яка була розподілена на різні цілі. Отже, прибуток є багатоаспектною економічною категорією, що класифікується за різними ознаками.

1.3 Фактори впливу на зростання прибутковості діяльності підприємства

Фінансовим показником ефективності господарської діяльності підприємства виступає його прибутковість - здатність забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток та сталий розвиток. [16, ст. 52].

Прибутковість характеризується абсолютним показником - сумою прибутку, та відносним - рівнем рентабельності як співвідношення прибутку до понесених витрат. Ці показники взаємопов'язані, адже збільшення рентабельності свідчить про зростання абсолютного прибутку.

Окреслені показники прибутковості є взаємопов'язаними між собою, адже зростання рентабельності свідчить про збільшення прибутку [17]. Для підвищення прибутковості підприємства необхідна реалізація конкретного комплексу заходів у чіткій послідовності. (рис. 1.3).

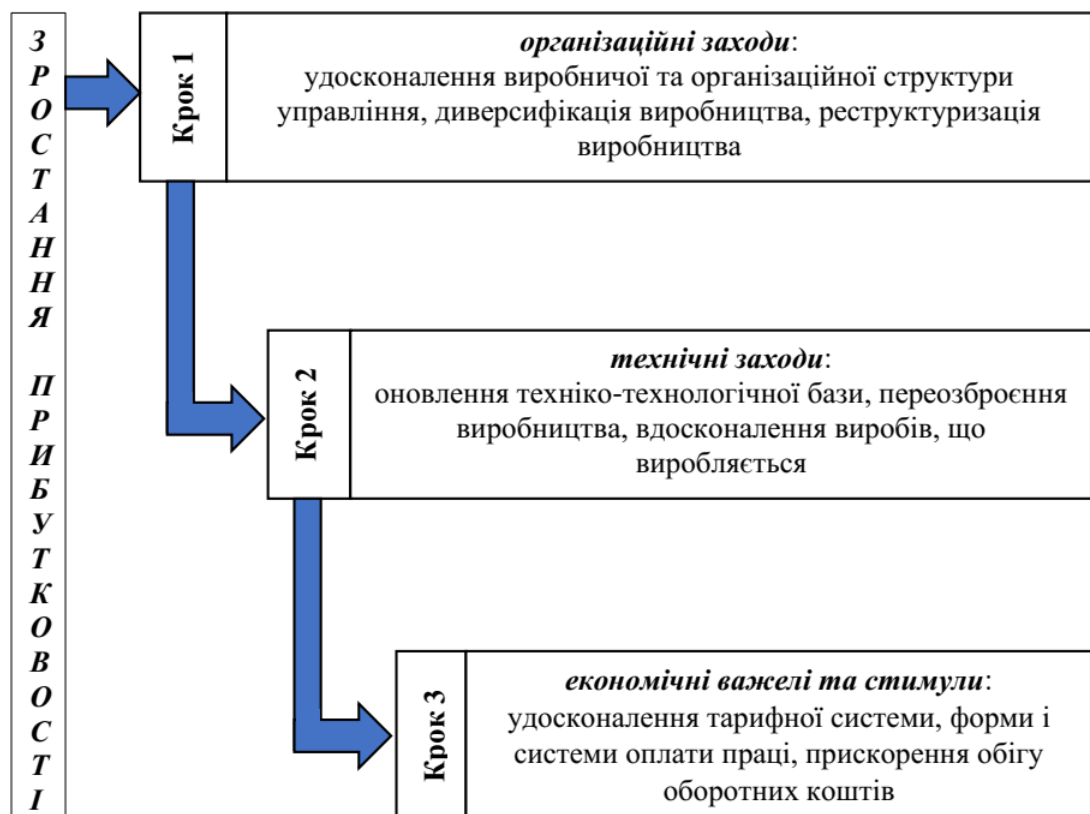


Рисунок 1.3 – Кроки зростання прибутковості [17]

Як видно зі схеми, на зростання прибутковості впливають три ключові фактори: організація виробництва, техніко-технологічний рівень та економічні важелі управління.

Загалом ці фактори можна поділити на внутрішні, що залежать від діяльності самого підприємства, та зовнішні. Проте список факторів не є вичерпним.

Зокрема, внутрішні фактори пропонують поділяти на основні та другорядні залежно від їхнього впливу.

Підвищення прибутковості відбувається за наступними кроками:

- організаційні заходи щодо вдосконалення структури та процесів;
- технічні заходи з модернізації виробництва;
- застосування економічних важелів стимулювання.

Таблиця 1.3 Фактори впливу на прибутковість [18]

Зовнішні фактори впливу		- соціально-економічні умови;
		- кон'юнктура ринку;
		- рівень цін на сировину та ресурси;
		- рівень ринкових цін на продукцію;
		- рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків;
		- транспортні умови;
		- природні умови та ін.
Внутрішні фактори впливу	<i>Основні</i>	- обсяг продажу;
		- собівартість продукції;
		- ціна та конкурентоспроможність продукції;
		- структура продукції.
	<i>Другорядні</i>	- умови праці;
		- рівень технічного оснащення;
		- рівень організації виробництва;
		- корпоративна соціальна відповідальність.

З погляду характеру впливу на прибутковість підприємств можна виділити такі основні фактори макросередовища:

1. політичні фактори, що формуються під впливом державної політики, законодавства, міжнародних відносин тощо;
2. економічні фактори, пов'язані з показниками розвитку національної економіки - темпами зростання ВВП, інфляцією, фазою економічного циклу;

3. соціальні фактори, що характеризують рівень життя населення країни та його купівельну спроможність.
4. Рівень технологічного розвитку країни формує технологічні фактори, які включають в себе рівень розвитку науки і техніки, темп НТР, державна підтримка науково-технічних розробок, кваліфікація кадрів тощо;
4. технологічні та інноваційні фактори;
5. міжнародні та глобалізаційні фактори;

Детальний аналіз цих груп факторів дає змогу виявити резерви підвищення прибутковості конкретного підприємства. Загальні резерви окреслені на рис. 1.4.

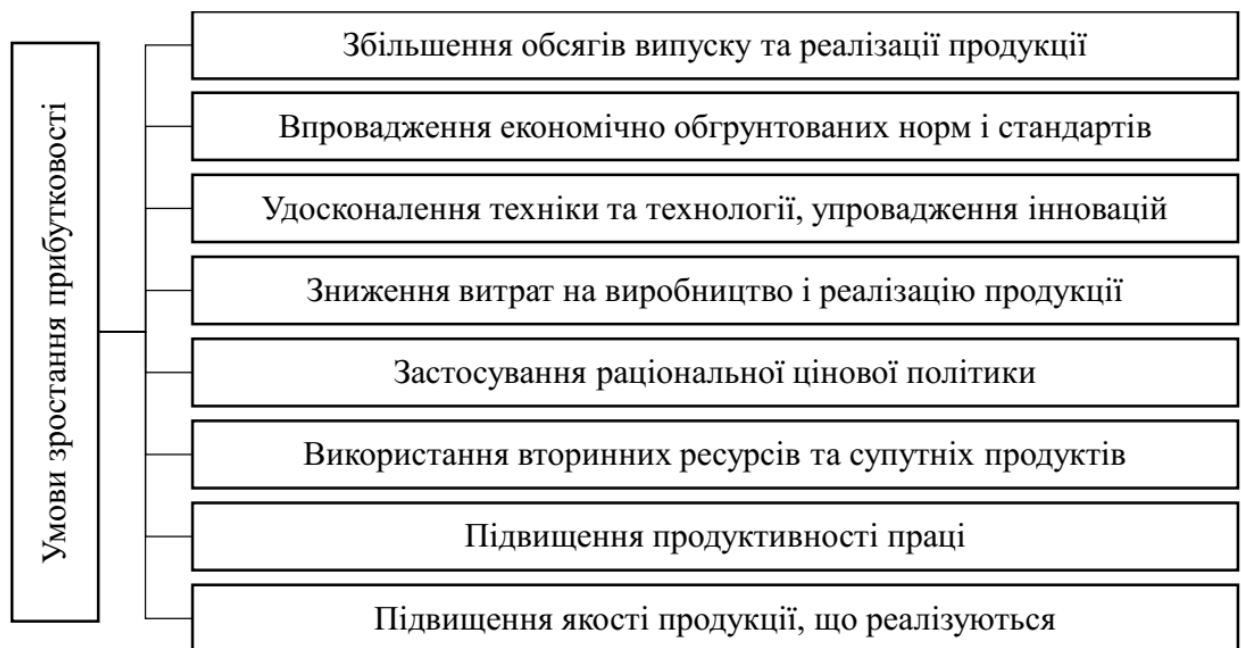


Рисунок 1.4 – Резерви підвищення прибутковості

Ефективне керування прибутком підприємства забезпечується реалізацією ряду принципів, основними з яких є (рис.1.5):

1. Управління прибутком тісно пов'язане з загальною системою менеджменту на підприємстві. Адже будь-яке управлінське рішення у тій чи іншій сфері діяльності прямо чи опосередковано впливає на формування прибутку. Керування прибутком безпосередньо інтегроване з виробничим, інноваційним, інвестиційним, фінансовим та іншими напрямками

функціонального менеджменту. Тому система управління прибутком має органічно вписуватися в загальну систему управління діяльністю й розвитком підприємства.

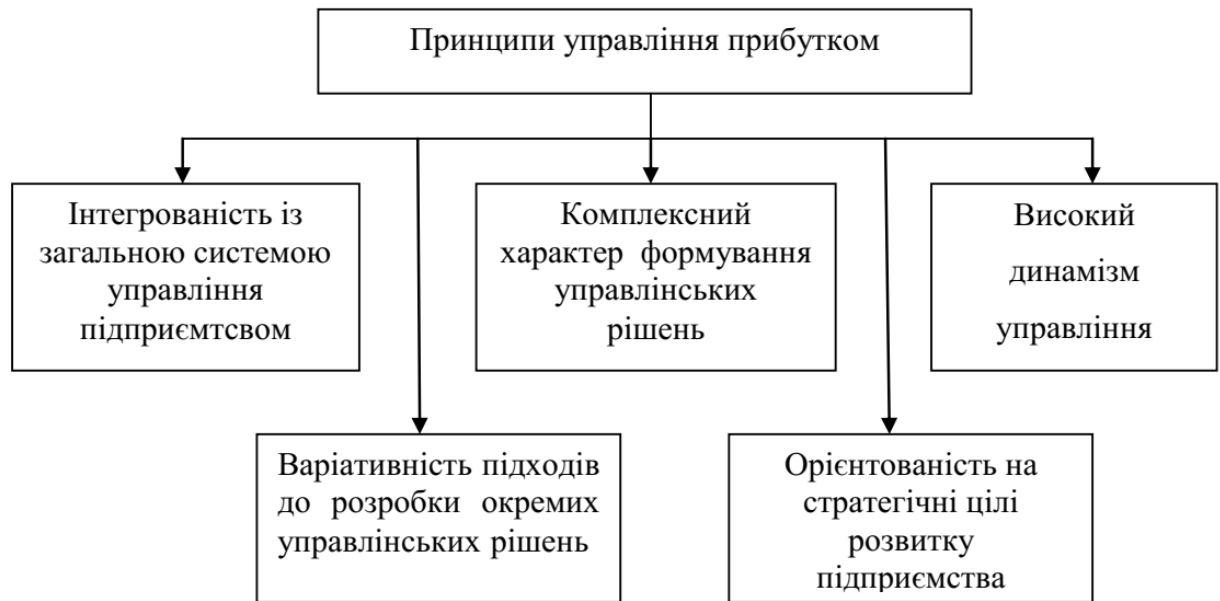


Рисунок 1.5 - Принципи управління прибутком підприємства. Джерело: складено за даними [19]

2. Управлінські рішення щодо формування та використання прибутку мають комплексний характер та тісно взаємопов'язані. Кожне рішення у цій сфері чинить прямий чи опосередкований вплив на загальну результативність. Часто цей взаємовплив може мати і суперечливий характер. Наприклад, високодохідні фінансові інвестиції можуть призвести до дефіциту коштів для операційної діяльності й зменшення операційного прибутку. Отже, управління прибутком має розглядатися як комплекс системних взаємопов'язаних рішень, кожне з яких вносить вклад у кінцеву результативність на підприємстві.

3. Постійні зміни в управлінні. Навіть найуспішніші управлінські рішення щодо формування та використання прибутку, розроблені і впроваджені на підприємстві в попередньому періоді, не завжди можна повністю застосувати в наступних етапах його діяльності. Насамперед, це пов'язано зі стрімкими змінами факторів зовнішнього середовища на етапі переходу до ринкової економіки, і в першу чергу – із динамікою кон'юнктури товарного та фінансового ринків. Крім того, з часом змінюються внутрішні

умови функціонування підприємства, особливо під час переходу до наступних стадій його життєвого циклу. Отже, системі керування прибутком має бути притаманний високий динамізм, що враховує зміни факторів зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу, форм організації та управління виробництвом, фінансового стану й інших параметрів функціонування підприємства.

4. Різноманітність підходів у розробці окремих управлінських рішень. Реалізація цієї вимоги передбачає, що підготовка кожного управлінського рішення у сфері формування, розподілу та використання прибутку має враховувати альтернативні можливості дій. За наявності альтернативних проектів управлінських рішень їх вибір для реалізації повинен ґрунтуватися на системі критеріїв, що визначають політику управління прибутком підприємства. Система таких критеріїв встановлюється самим підприємством.

5. Спрямованість на стратегічні цілі розвитку підприємства. Незважаючи на те, наскільки прибутковими можуть здаватися певні проекти управлінських рішень у поточному періоді, їх слід відхилити, якщо вони суперечать місії (головній меті діяльності) підприємства, стратегічним напрямкам його розвитку, підривають економічну базу формування високих прибутків у майбутньому.

Отже, головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періодах. Ця головна мета покликана забезпечувати водночас гармонізацію інтересів власників з інтересами держави та персоналу підприємства.

Виходячи з цієї головної мети, система керування прибутком, на думку фахівців, покликана вирішувати наступні основні задачі (табл.1.4).

Таблиця 1.4 - Основні задачі управління прибутком

Головна мета управління прибутком	Основні задачі управління прибутком, спрямовані на реалізацію головної мети
Забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періоді	1. Забезпечення максимізації розміру формованого прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства і ринковій кон'юктурі
	2. Забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем формованого прибутку і припустимим рівнем ризику
	3. Забезпечення високої якості формованого прибутку
	4. Забезпечення виплати необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства
	5. Забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до задач розвитку підприємства в майбутньому періоді
	6. Забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства

Стійке зростання прибутку – це підсумок дієвого управління фінансами господарського суб'єкта загалом. З погляду господарюючого суб'єкта управління прибутком полягає у: - збільшенні доходів підприємства. Збільшення доходів підприємства можливе завдяки розширенню ринків збуту продукції та освоєнню виробництва нових видів продукції. При цьому зростання доходів за рахунок підвищення ціни реалізації продукції можливе лише при освоєнні нових видів продукції, які користуються підвищеним попитом у споживачів. За збільшення обсягів реалізації продукції, як правило, ціна реалізації зменшується, а вигоду підприємство отримує переважно завдяки зростанню загального обсягу виручки від реалізації; - зменшенні витрат. Зменшення витрат полягає насамперед у проведенні аналізу витрат. Аналізу підлягають склад та структура операційних витрат, зокрема

виробнича собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут, основні складові виробничої собівартості, а також позаопераційні витрати.

В результаті аналізу виявляють резерви скорочення матеріальних витрат, витрат на оплату праці робітників, зайнятих безпосередньо на виробництві, та працівників апарату управління; - формуванні й реалізації ефективної податкової політики. Формування та впровадження дієвої податкової політики сприяють зниженню податкового навантаження, зменшенню обсягу податкових платежів, а отже, збільшенню обсягу фінансових ресурсів, що залишаються в розпорядженні підприємства та можуть бути використані для його подальшого розвитку. Оскільки податок на прибуток є одним з основних податків підприємства і найбільш регульованим з його боку, управління податками полягає переважно у формуванні ефективної політики щодо сплати податку на прибуток; - оптимальному розподілі прибутку.

У процесі управління прибутком велике значення має не лише максимізація прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, а й оптимальний його розподіл та використання. Підприємство, яке отримує стабільний прибуток, повинно забезпечувати за рахунок прибутку стійке економічне зростання. Підприємство, котре неспроможне наростити за рахунок прибутку свій економічний потенціал, неефективно керує процесами розподілу та використання прибутку, а отже, неефективно управляє прибутком загалом [20].

Управління прибутком є важливою частиною економіки господарюючого суб'єкта.

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, спрямованих на забезпечення розвитку діяльності підприємства і зростання його ринкової вартості.

Основною метою планування прибутку є оптимізація пропорції між розподіленим та нерозподіленим прибутком. Частка кожної складової на

підприємстві вирішується колегіально, тобто враховуються всі позитивні і негативні аспекти діяльності підприємства та створюється певний оптимальний варіант.

У процесі управління формуванням прибутку вирішуються дві основні задачі: - Збільшення загального обсягу прибутку в ході його формування. - Результативний розподіл отриманого прибутку за окремими напрямками його використання. Серед цих завдань найвагомішою є перша, адже від її вирішення залежать форми та пропорції розподілу прибутку на торговельному підприємстві.

Механізм управління формуванням прибутку від реалізації товарів (робіт, послуг) будується у тісному взаємозв'язку цього показника з показниками обсягу товарообігу, доходів і витрат обігу торговельного підприємства.

Ця система взаємозв'язку дозволяє виявити роль окремих чинників, які впливають на формування прибутку від реалізації товарів (робіт, послуг), та забезпечити ефективне управління цим процесом. Варто зазначити, що в сучасних умовах господарювання управління прибутком торговельних підприємств набуває стратегічного значення.

Розробка стратегії управління прибутком передбачає дев'ять етапів, зображених на рис. 1.6

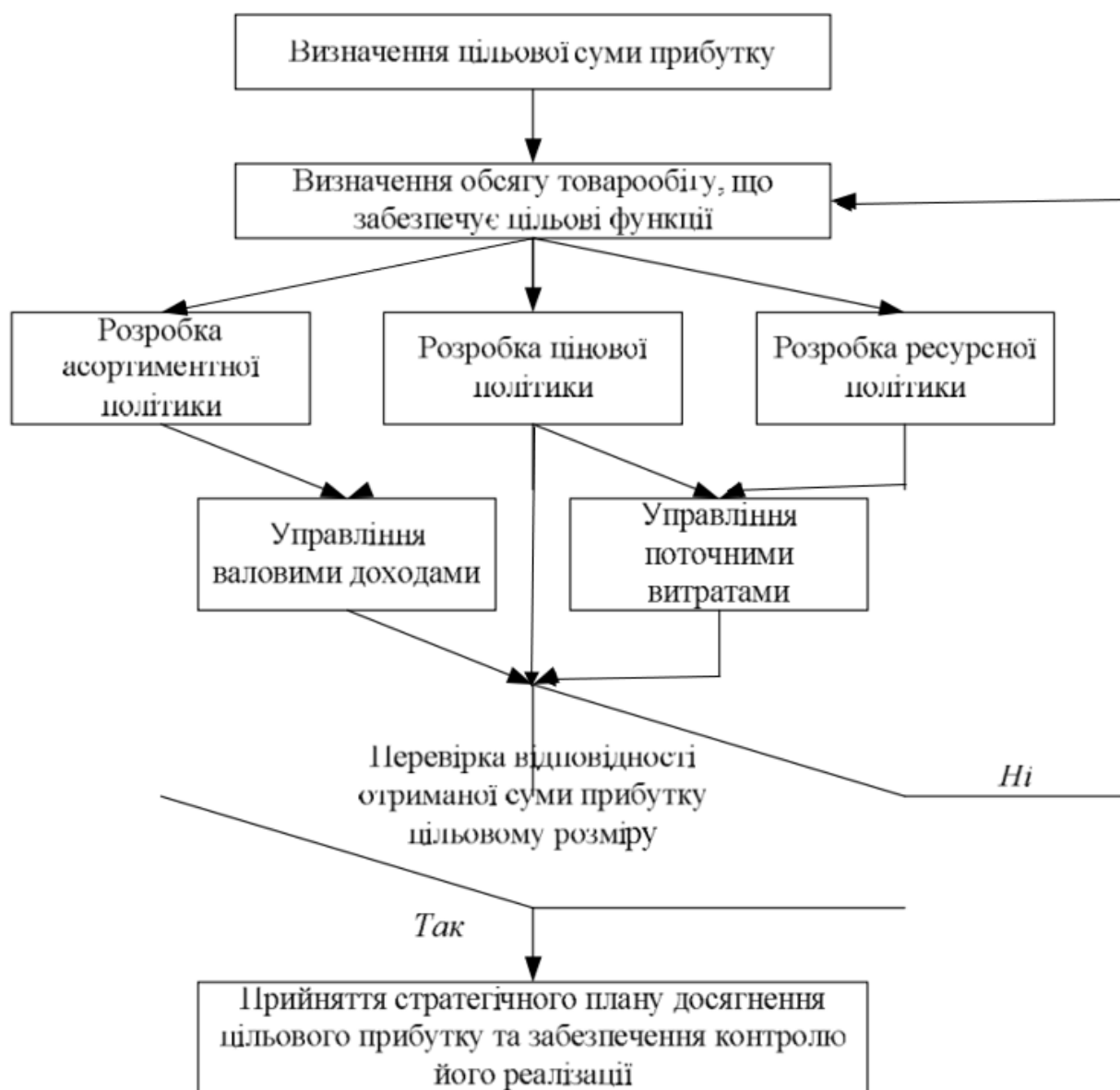


Рисунок 1.6 - Стратегія управління прибутком

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

2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «S & D OVERSIS» створене 12 липня 2016 року.

У своїй діяльності Товариство керується вимогами чинного законодавства України, Статутом, внутрішніми нормативними актами, а при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності - актами інших держав.

Товариство є юридичною особою.

Товариство має самостійний баланс, рахунки в банках, печатку та кутовий штамп із власним найменуванням, знак для товарів і послуг.

Майно підприємства складають основні фонди й оборотні кошти, а також інші цінності, вартість яких відображена у незалежному балансі.

Товариство є власником:

- майна, наданого засновниками та акціонерами у власність як внесок до статутного капіталу;
- продукції, виробленої Товариством внаслідок господарської діяльності;
- отриманих доходів;
- іншого майна, набутого на підставах, що не заборонені законом.

Товариство має право продавати, дарувати, передавати безкоштовно, обмінювати, здавати в оренду юридичним та фізичним особам засоби виробництва та інші матеріальні цінності, використовувати й відчужувати їх іншим шляхом, якщо це не суперечить чинному законодавству України та Статуту.

Компанія має право випускати та купувати акції, облігації та інші цінні папери. Умови емісії та порядок розміщення акцій і облігацій визначаються у рішенні про їх випуск. Фірма самотужки відповідає за своїми зобов'язаннями усіма своїми активами.

Акціонери не відповідають за боргами Компанії та несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю Фірми, у межах їхньої частки в статутному фонді.

Компанія створена для ведення підприємницької діяльності з метою отримання прибутку в інтересах учасників та максимізації добробуту, а також для виплати дивідендів акціонерам.

Предметом діяльності Фірми є:

- Оптова й роздрібна торгівля медичними препаратами та ортопедичними засобами.

Компанія має право самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність у будь-якій сфері, пов'язаній з її предметом. При цьому Фірма користується повним обсягом прав суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності згідно чинного законодавства України.

Статутний капітал Товариства утворюється з вартості вкладів учасників до Статутного фонду.

Розмір Статутного фонду становить 500000 грн.

Компанія має право змінювати (збільшувати чи зменшувати) розмір статутного капіталу. Рішення про зростання або зниження розміру статутного капіталу Фірми ухвалюється Загальними зборами учасників.

Управління підприємством здійснюється відповідно до Статуту.

Керівництво забезпечує директор Компанії.

Фірма самотужки реалізує свою господарську діяльність на засадах повного госпрозрахунку, несе відповідальність за результати цієї роботи, за виконання взятих на себе зобов'язань перед колективом і партнерами, перед держбюджетом і банками.

Головним узагальнюючим показником фінансових результатів госпдіяльності Компанії є прибуток. Прибуток після сплати податків та інших платежів до бюджету (чистий прибуток) надходить у повне розпорядження підприємства. Напрями використання чистого прибутку визначають збори засновників.

Підприємство самотужки планує свою діяльність з виробництва продукції, робіт, надання послуг. Основою планів є договори, контракти, укладені зі споживачами продукції, робіт та з постачальниками матеріально-технічних ресурсів.

Підприємство реалізує свою продукцію, роботи, послуги по цінам та тарифам самостійно встановленим або на договірній підставі, при згоді сторін.

Розрахунки за зобов'язаннями з підприємствами, організаціями, установами здійснюються у безготівковому порядку через установу банку, а з громадянами – у безготівковому порядку та готівкою.

Фінансові ресурси фірми формуються за рахунок виручки від реалізації продукції, робіт та послуг, кредитів та інших фінансових коштів.

З виручки від реалізації продукції та інших надходжень відшкодовуються матеріальні і прирівняні до них витрати, витрати на зарплату, сплачуються податки, страхові платежі, плата за природні та трудові ресурси, виплачуються проценти за кредити.

Чистий прибуток, що залишається, поступає у повне розпорядження підприємства. Воно самостійно визначає напрямок використання цього прибутку, у тому числі і на реінвестування підприємства.

Основною продукцією, що реалізує ТОВ «S & D OVERSIS» є лікарські препарати та БАДи рослинного походження.

Зараз підприємство розширює асортимент продукції в ціновому сегменті середній плюс.

Юридична адреса ТОВ «S & D OVERSIS»: м. Київ, вул. Лугова, 12.

Загальна кількість працюючих 5 чол. В тому числі : керівники і спеціалісти – 2 чол., робітники - 3 чол.

Ринок, на якому працює ТОВ «S & D OVERSIS» - це ринок лікарських препаратів та БАДів.

Географія: на першому етапі – Україна. Далі – інші країни (наприклад, Грузія).

Місія підприємства визначена його завданнями.

Короткострокові завдання: збільшення обсягів реалізації продукції.
Ціновий сегмент – середній плюс.

Середньострокові завдання: розширення асортиментного ряду, вихід на нові ринки збуту (Грузія). Ціновий сегмент – середній плюс.

Довгострокові: організація власного виробництва (фасування та пакування продукції), масова реалізація продукції. Розширення асортиментного ряду.

Для аналізу ефективності господарської діяльності підприємства використовуємо дані, наведені в таблиці 2.1.

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

Показники	Роки			Відхилення			
	2020	2021	2022	+/-		%	
				2022р. від 2020р.	2022р. від 2021р.	2022р. від 2020р.	2022р. від 2021р.
1.Дохід, виручка від реалізації, тис.грн	3716,85	4448,63	5425,67	+1708,82	+977,04	146	121,96
2. Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	3097,37	3707,21	4521,36	+1423,99	+814,15	146	121,96
3. Витрати на реалізацію, тис.грн.	2032,26	2482,43	2990,71	+958,45	+508,28	142,2	120,5
4. Покупна вартість товарів для торгівлі, тис.грн	1895,4	2412,85	2941,29	+1045,89	+528,44	155,2	121,9
5.Середньооблікова чисельність штатних працівників, чол.	6	6	5	-1	-1	83,3	83,3
6. Фонд оплати праці, тис.грн.	628,8	785,51	926,64	+297,84	+141,13	147,4	118
7. Середньорічна з/п, тис.грн	104,8	130,92	185,33	+80,53	+54,41	176,8	141,6
8.Рентабельність продаж, %	34,4	33,0	38,0	+3,6	+5,0	110,5	115,2
9.Продуктивність праці, тис.грн/чол	619,5	741,4	1085,1	+465,6	+343,7	175,2	146,4
10.Прибуток/збиток	379,64	337,78	399,1	+19,46	+61,32	89,0	118,2

За період що аналізується діяльність підприємства була прибутковою. розмір прибутку за роками збільшився на 61,32 тис.грн. або на 18,2%.

Наведені в таблиці дані свідчать, що динаміка доходу від реалізації товарів за роками була наступною: у 2022 році він збільшився на 1708,82, тис.грн. (119,7%), порівняно з 2020 роком.

Чистий дохід від реалізації продукції збільшився в 2022 році порівняно з 2020 р. на 1423,29 тис.грн. (+19,7%). Середньооблікова чисельність штатних працівників в 2022 році зменшилась на 1 особу (на 16,7%).

Продуктивність праці зросла в 2022 році на 75,2%, а в порівнянні з 2021 роком – на 46,4%.

Середньорічна заробітна плата зростала зі 104,8 тис.грн. (середньомісячна 8733,3 грн.) до 185,33 тис.грн. (15444,2 грн.- середньомісячна).

Таким чином, у 2022 році, порівняно з 2020 роком, скорочення чисельності на 16,7% а збільшення виручки від реалізації – на 46%, призвело до збільшення продуктивності праці на 75,2%. Середньомісячна заробітна плата зросла на 76,8%.

Слід зазначити, що найменший дохід підприємство мало в 2020 році, а прибуток був меншим у 2021 році.

2.2. SWOT-аналіз діяльності підприємства

Для визначення своєї позиції на ринку та прогнозування ринкової активності кожна фармацевтична компанія має аналізувати й оцінювати власний потенціал, а також чинники, що знаходяться поза сферою постійного контролю керівництва і можуть вплинути на її стратегію.

Саме на такому підході базується метод SWOT-аналізу (SWOT – аббревіатура перших літер англійських слів: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози). SWOT-аналіз дозволяє систематизувати отримані результати аналізу за групами: сильні і слабкі сторони в діяльності самої організації (внутрішні фактори); сприятливі нагоди та загрози з боку навколишнього ринкового середовища (зовнішні чинники).

SWOT-аналіз передбачає вивчення ситуації всередині компанії та зовнішній аналіз. Останній являє собою дослідження зовнішнього середовища фірми, що є сукупністю активних суб'єктів і сил, котрі діють поза підприємством і впливають на можливості служби маркетингу встановлювати та підтримувати з цільовими клієнтами стосунки ділової співпраці.

Зовнішнє середовище складається з:

- мікросередовища, утвореного силами, що безпосередньо стосуються самої компанії та її можливостей щодо задоволення потреб клієнтів, тобто постачальниками, посередниками, конкурентами, контактними аудиторіями, власне споживачами;
- макросередовища, утвореного силами, неконтрольованими з боку фірми, тобто демографічними, економічними, правовими, природними, науково-технічними та чинниками культурного оточення.

Основне завдання зовнішнього аналізу - визначити та збагнути можливості й загрози, які можуть мати місце зараз або виникнути для фармацевтичної фірми в майбутньому.

Можливості компанії - це позитивні фактори (тенденції та явища) оточення, що можуть призвести до збільшення обсягу продажів і прибутку.

Загрози - негативні чинники (тенденції та явища) зовнішнього середовища, які за відсутності реакції фірми можуть значно зменшити обсяг продажів і прибутку.

Кінцева мета зовнішнього аналізу - формування альтернативних стратегічних рішень, їх оцінка та остаточний вибір стратегії. Ці рішення мають бути орієнтовані на використання можливостей і захист від загроз, пов'язаних зі зміною оточення. Іншою частиною SWOT-аналізу є аналіз та оцінка власного потенціалу компанії.

Під час цього аналізу потрібно дати відповіді на такі питання:

- чи узгоджується можливість, що відкривається на ринку, з місією та цілями компанії;

- чи має фірма необхідні фінансові ресурси, відповідне технічне оснащення, потрібні маркетингові ноу-хау для досягнення конкурентних переваг;
- чи зможе компанія організувати діяльність із помірними витратами для отримання бажаного прибутку;
- чи дозволяє кадровий потенціал фірми здійснити поставлені завдання;
- який імідж та досвід роботи має компанія на ринку тощо.

Аналіз внутрішнього потенціалу фармацевтичного підприємства дає змогу визначити його сильні та слабкі ділові боки, оцінити їх взаємозв'язок із чинниками зовнішнього середовища.

Сильні сторони фармацевтичної фірми - це переваги, що виділяють компанію серед конкурентів.

Слабкі сторони - недоліки підприємства, які треба виправити, щоб конкуренти не змогли використати їх як свої переваги.

- Для визначення сильних і слабких сторін фірми можна застосувати кілька підходів:
- внутрішній підхід - визначення на основі аналізу досвіду компанії та думок її фахівців;
- зовнішній підхід - визначення шляхом порівняння з конкурентами;
- нормативний підхід - на основі думок експертів та консультантів.

Перелік слабких і сильних сторін для кожного підприємства суворо індивідуальний, по суті — це коротка, об'єктивна і важлива його характеристика.

У роботі ми здійснили SWOT-аналіз діяльності оптової фармацевтичної фірми, яка працює у центральному регіоні України.

При цьому фактори маркетингового середовища фармацевтичної фірми поділяли на внутрішні та зовнішні та аналізували їх з позицій позитивного чи негативного впливу на діяльність фірми.

Характерні риси сильних і слабких сторін фірми, загроз та можливостей довкілья представлені в табл. 2.1.

Можливість замовлення товару за допомогою електронної пошти, зменшення вартості комп'ютерної техніки та розвиток інформаційних технологій може бути використана оптовою фірмою для оснащення постійних покупців (аптек) комп'ютерами та/або модемами, а це, у свою чергу, сприятиме мінімізації товарних запасів аптек та оптимізації процесу замовлення товару . Водночас широкий асортимент товару та наявність ексклюзивних лікарських засобів, відносно низькі відпускні ціни, зростання кількості постійних клієнтів дають змогу уникнути конкурентної загрози.

Недостатня ж кваліфікація персоналу, недосконалість складського обліку, високий рівень ручної праці тощо можуть перешкодити включенню фірми до селективного каналу розподілу провідних фармацевтичних фірм-виробників. Але ці слабкі сторони не сприятимуть зниженню загострення конкуренції та впливу неплатоспроможної частини покупців (аптек). Тому необхідне проведення шкіл-тренінгів для фахівців фірми, впровадження сучасних складських технологій, удосконалення системи розподілу товару.

В результаті проведеного SWOT-аналізу були виявлені сильні сторони та можливості оптової фармацевтичної фірми на ринку західного регіону країни, що стали передумовою розробки рекомендацій щодо їх потенціювання при врахуванні та обмеженні впливу слабких сторін та загроз, що забезпечить фірмі конкурентні переваги.

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 Грузії - Заклучення 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.

Рис. 2.1 - Матриця SWOT- аналізу факторів діяльності ТОВ “S & D OVERSIS”

2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності

Процес здійснення господарської діяльності передбачає ефективне поєднання великої кількості організаційних, трудових, матеріальних, фінансових ресурсів.

У величині фінансових результатів безпосередньо відображаються всі аспекти роботи суб'єкта господарювання: технологія і організація виробництва, система внутрішнього та зовнішнього управління, особливості діяльності. Результатом господарської діяльності є її економічний підсумок у грошовій формі, який має два "полюси" прояву: позитивний і негативний, тобто прибуток і збиток.

Позитивний фінансовий результат - прибуток - є метою, заради якої працює або має працювати компанія.

Джерелами аналітичної інформації для аналізу фінансових результатів є бухгалтерська звітність підприємства (форма №1 "Баланс підприємства", форма №2 "Звіт про фінансові результати", фінансові плани підприємства тощо).

У процесі аналізу на першому етапі необхідно проаналізувати рівень, динаміку та структуру фінансових результатів.

На фінансові результати здійснюють вплив наступні фактори:

- обсяг реалізації продукції, послуг та робіт;
- собівартість реалізованої продукції;
- структура реалізованої продукції, послуг та робіт.

Для оцінки впливу зазначених факторів на результати діяльності підприємства необхідно детально проаналізувати динаміку кожного з них, оскільки підвищення виручки від реалізації може бути викликане підвищенням цін на продукцію, а зниження витрат на виробництво – зменшенням обсягів виробництва продукції.

Аналіз динаміки та структури фінансових результатів, доходів та витрат здійснено за даними, що представлені в таблиці 2.2 наведена інформація результатів діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»

Таблиця 2.1 - Результати діяльності ТОВ «S & D OVERSIS»

тис. грн.					
Стаття	2020	2021	2022	Відхилення, %	
				2021/ 2020	2022/ 2021
1	2	3	4	5	6
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3716,85	4448,63	5425,67	119,7	121,96
Податок на додану вартість	(619,48)	(741,42)	(904,31)	119,7	121,96
Інші вирахування з доходу	(0)	(0)	(0)	0	0
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3097,37	3707,21	4521,36	119,7	121,96
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	(2032,26)	(2482,43)	(2990,71)	122,2	120,5
Валовий прибуток:					
- прибуток	1065,11	1224,78	1530,65	115	125
Інші операційні доходи	260,26	142,25	270,38	103,9	190,1
Адміністративні витрати	(543,87)	(623,81)	(658,25)	114,7	105,5
Витрати на збут	(301,05)	(326,3)	(642)	108,4	196,8
Інші операційні витрати	(5,9)	(6,1)	(4,9)	103,4	80,3
Фінансові результати від операційної діяльності:					
- прибуток	474,55	410,82	495,88	86,6	120,7
Інші фінансові доходи	-	-	-	-	-
Інші доходи	0	12	4	-	33,3
Інші витрати	(0)	(0,6)	(1)	-	166,7
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:					
- прибуток	474,55	422,22	498,88	88,97	118,16

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6
Податок на прибуток від звичайної діяльності	(94,91)	(84,44)	(99,78)	88,97	118,2
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	0	0	0	-	-
Фінансові результати від звичайної діяльності:					
- прибуток	379,64	337,78	399,1	89	118,2
Надзвичайні:					
- доходи					
- витрати	(3)	(0)	(9,2)	-	-
Податки з надзвичайного прибутку	(0)	(0)	(0)	-	-
Чистий:					
- прибуток	379,64	337,78	399,1	89	118,2

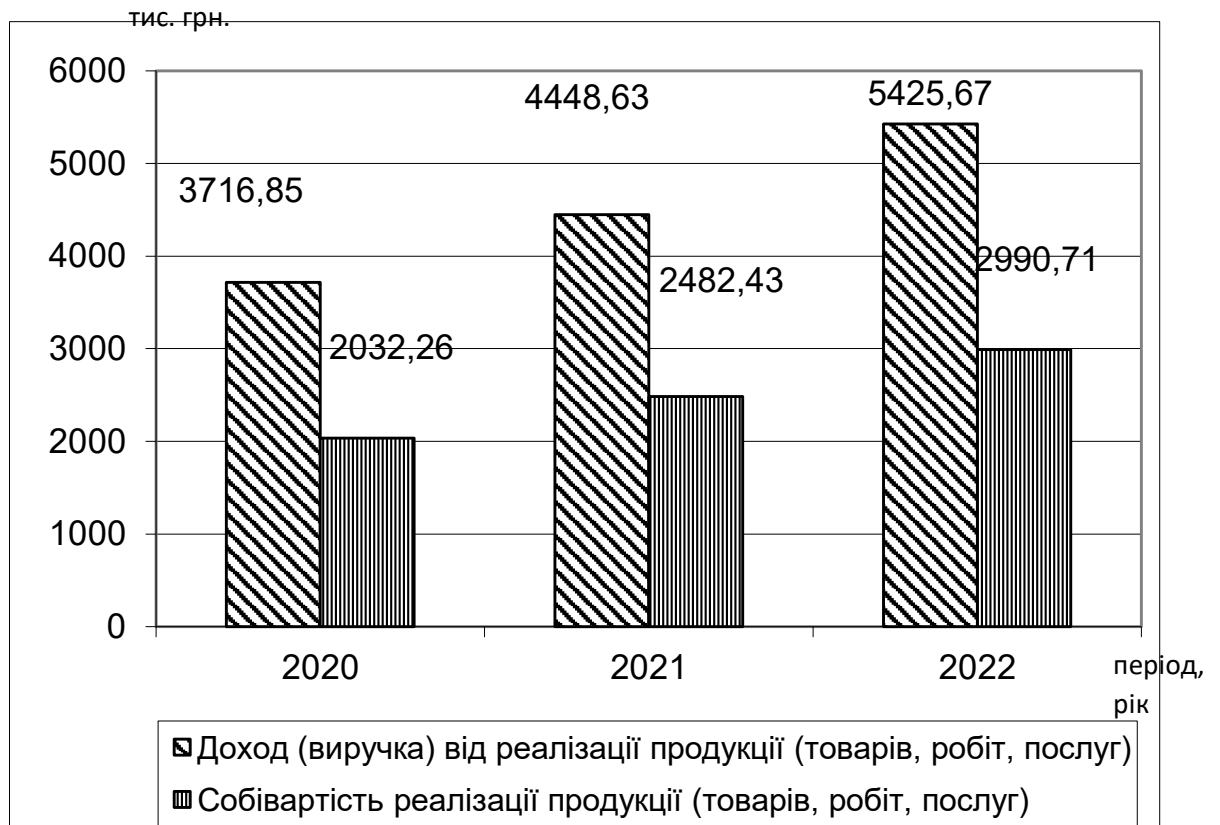


Рисунок 2.1. Динаміка доходу ТОВ «S & D OVERSIS» від реалізації і собівартості продукції

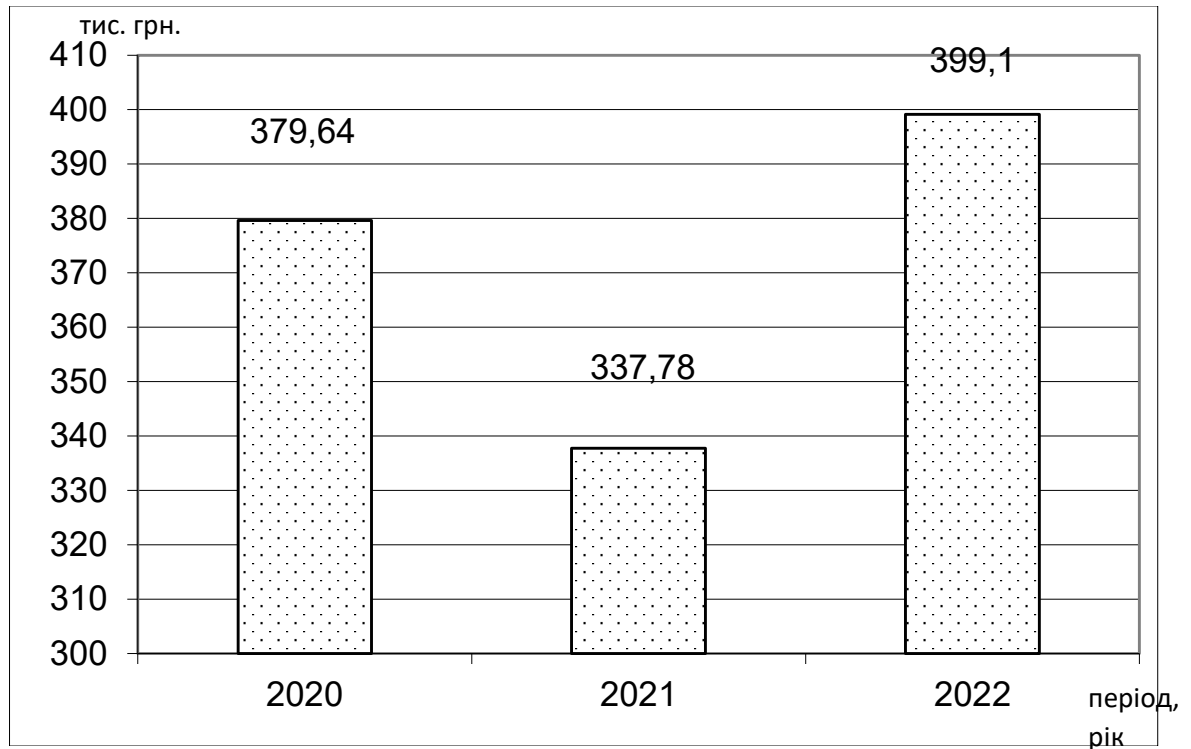


Рисунок 2.2. Динаміка прибутку ТОВ «S & D OVERSIS»

Таким чином, діяльність підприємства починаючи з 2020 і по звітний 2022 рік була прибутковою. У 2020 році підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 379,64 тис.грн., у 2021 році – прибуток склав 337,78 тис.грн., а у порівнянні з 2022 роком прибуток зріс на 19,46 тис.грн. або на 5,1%.

Позитивним слід вважати збільшення виручки від реалізації (без ПДВ) у 2022 році у порівнянні з 2021 і 2020 роками відповідно на 61,32 тис.грн. і 19,46 тис.грн. або на 18,1% і 5,1%.

Разом з тим збільшилися і витрати підприємства. Так собівартість зросла на 20,5%. У 2022 році на 34,44 тис.грн. або на 5,5% відбулось збільшення адміністративних витрат. Позитивним слід вважати перевищення темпів зростання виручки над темпами зростання витрат підприємства.

Кінцеві результати діяльності характеризуються не лише абсолютними показниками прибутку чи збитку. Суб'єкти господарювання, зацікавлені у віддачі від використаних ресурсів і вкладеного капіталу, аналізують

співвідношення отриманого ефекту з понесеними витратами. Для цього обчислюються відносні показники ефективності: рентабельність та окупність.

Показники ефективності характеризують здатність понесених витрат окупитися, що є основою подальшої діяльності компанії.

Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, відображають результати діяльності; вони використовуються як інструменти виробничої, інвестиційної, цінової політики тощо.

Аналіз ефективності показників діяльності компанії проводиться за групами відносних показників.

Витратні показники рентабельності характеризують прибутковість понесених витрат (виробничих, комерційних, інвестиційних тощо) у процесі роботи.

Ресурсні показники рентабельності розраховуються для визначення прибутковості ресурсів або капіталу підприємства. Доходні показники рентабельності характеризують суму отриманого прибутку і свідчать про прибутковість діяльності компанії.

Розглянемо значення рентабельності підприємства на основі даних балансу підприємства та “Звіту про фінансові результати” (додатки 3 та 4).

Рентабельність продукції:

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

2020 рік – $474,55 \times 100 / 2032,26 = 23,4\%$

2021 рік – $410,82 \times 100 / 2482,43 = 16,4\%$

2022 рік – $495,88 \times 100 / 2990,71 = 16,6\%$

Рентабельність господарської діяльності:

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

2020 рік – $379,64 \times 100 / 2883,08 = 13,2\%$

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

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

Коефіцієнт покриття витрат:

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

2020 рік – $3097,37 / 2032,26 = 1,52$

2021 рік – $3707,21 / 2482,43 = 1,49$

2022 рік – $4521,36 / 2990,71 = 1,51$

Коефіцієнт окупності витрат:

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

2020 рік – $2032,26 / 3097,37 = 0,66$

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

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

Рентабельність залученого капіталу:

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

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

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

Рентабельність необоротних активів:

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

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

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

Рентабельність оборотних активів:

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

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

$$2022 \text{ рік} - 399,1 \times 100 / ((1518,37 + 2202,2) \times 0,5) = 21,5\%$$

Коефіцієнт покриття активів:

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

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

$$2022 \text{ рік} - 4521,36 / ((2363,89 + 3100,48) \times 0,5) = 1,65$$

Коефіцієнт окупності активів:

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

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

$$2022 \text{ рік} - ((2363,89 + 3100,48) \times 0,5) / 4521,36 = 0,61$$

Коефіцієнт покриття власного капіталу:

$K_{пвк} = \text{Чистий дохід від реалізації} / \text{Середньорічна вартість власного капіталу}$

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

$$2022 \text{ рік} - 4521,36 / ((1409,59 + 1681,98) \times 0,5) = 2,92$$

Коефіцієнт окупності власного капіталу:

$K_{оквк} = \text{Середньорічна вартість власного капіталу} / \text{Чистий дохід від реалізації}$

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

$$2022 \text{ рік} - ((1409,59 + 1681,98) \times 0,5) / 4521,36 = 0,34.$$

Рентабельність продажу:

$\text{Рентабельність продажу} = \text{Валовий прибуток} \times 100 / \text{Чистий дохід від реалізації}$

$$2020 \text{ рік} - 1065,11 \times 100 / 3097,37 = 34,4 \%$$

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

$$2022 \text{ рік} - 1530,65 \times 100 / 4521,36 = 33,8 \%$$

Чиста рентабельність продажу:

$R_{чп} = \text{Чистий прибуток} \times 100 / \text{Чистий дохід від реалізації}$

$$2020 \text{ рік} - 379,64 \times 100 / 3097,37 = 12,3 \%$$

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

2022 рік – $399,1 \times 100 / 4521,36 = 8,8 \%$

Розрахункові дані за 2021-2022 рр. заносимо до таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Розрахунок відносних показників ефективності діяльності ТОВ “S & D OVERSIS”

Показники	Один. вим.	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
				+, -	%
1	2	3	4	5	6
Витратні показники					
Рентабельність продукції	%	16,4	16,6	+0,2	+1,2
Коефіцієнт покриття витрат	-	1,49	1,51	+0,02	+1,3
Коефіцієнт окупності витрат	-	0,67	0,66	-0,01	-1,5
Ресурсні показники					
Рентабельність підприємства	%	14,8	14,6	-0,2	-1,4
Рентабельність залученого капіталу	%	39,9	33,8	-6,1	-15,3
Рентабельність необоротних активів	%	40,3	45,8	+5,5	+13,6
Рентабельність оборотних активів	%	23,5	21,5	-2	-8,5
Коефіцієнт покриття активів	-	1,63	1,65	+0,02	+1,2
Коефіцієнт окупності активів	-	0,61	0,61	-	-
Коефіцієнт покриття власного капіталу	-	2,59	2,92	+0,33	+12,7
Коефіцієнт окупності власного капіталу	-	0,69	0,34	-0,35	-50,7
Доходні показники					
Рентабельність продажу	%	33,0	33,8	+0,8	+2,4
Чиста рентабельність продажу	%	9,1	8,8	-0,3	-3,3
Рентабельність доходу	%	11,1	11,0	-0,1	-0,9

Рентабельність доходу:

$R_d = \text{Прибуток від операційної діяльності} \times 100 / \text{Чистий дохід від реалізації}$

2020 рік – $474,55 \times 100 / 3097,37 = 15,3 \%$

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

$$2022 \text{ рік} - 495,88 \times 100 / 4521,36 = 11,0 \%$$

Таким чином, слід відзначити нестабільну динаміку прибутковості підприємства У 2022 році: прибутковість господарської діяльності зменшилася на 0,5 пункти, прибутковість реалізації підвищилася на 0,8 пункти, прибутковість доходу зменшилася на 6 пунктів. Збільшилася також рентабельність продукції на 0,2 пункти. Нестабільною також є динаміка прибутковості використання ресурсів підприємства: підвищення прибутковості використання необоротних склало 13,6% та зменшення прибутковості використання оборотного капіталу склало 8,5%. Підвищення прибутковості діяльності дало змогу, збільшити коефіцієнт покриття власного капіталу на 0,33 пункти.

Оскільки коефіцієнти покриття збільшуються за всіма показниками, а коефіцієнти окупності відповідно зменшуються, що взагалі є позитивною тенденцією, ефективність використання матеріальних та фінансових ресурсів підприємства є задовільною.

Збільшення коефіцієнтів покриття відбулося за рахунок підвищення обсягів реалізації (з 4448,63 тис.грн. у 2021 році до 5425,67 тис.грн. у 2022 році) та за рахунок збільшення вартості власного капіталу (з 1448,22 тис.грн. на початок 2021 року до 1681,98 тис.грн. на кінець 2022 року).

Розглянемо факторний аналіз рентабельності виробництва за даними балансу, які занесені до таблиця 2.4.

Середньорічні залишки оборотних активів у 2021-2022рр. розраховуємо за даними балансу підприємства.

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

$$2022 \text{ рік} - (1518,37 + 2202,2) / 2 = 1860,28 \text{ тис.грн..}$$

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

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

$$\text{Умовне значення: } P = 399,1 \times 100 / (1436,25 + 838,55) = 17,5 \%$$

$$2022 \text{ рік: } P = 399,1 \times 100 / (1860,28 + 871,9) = 14,6\%$$

Таблиця 2.4

Факторний аналіз рентабельності виробництва ТОВ “S & D OVERSIS”

Показник	Од. вим.	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
				+/-	%
1	2	3	4	5	6
Чистий дохід	тис.грн.	4448,63	5425,67	+977,04	+22
Собівартість продукції	тис.грн.	2482,43	2990,71	+508,28	+20,5
Чистий прибуток	тис.грн.	337,78	399,1	+61,32	+18,2
Середньорічні залишки:	тис.грн.				
-оборотних активів;		1436,25	1860,28	+424,03	+29,5
-необоротних активів		838,55	871,90	+33,35	+4,0
Рентабельність діяльності	%	14,8	14,6	-0,2	-1,4

За даними таблиці 2.4 зменшення рівня рентабельності діяльності відбулося на 0,2 пунктів.

Зміна рентабельності діяльності відбулася за рахунок:

- зміни суми прибутку від реалізації на 61,32 тис.грн. або на 18,2%:
 $17,5 - 14,8 = 2,7$ пункти;
- зміни вартості активів на 457,38 тис.грн. або на 0,4%:
 $14,6 - 17,5 = -2,9$ пункти.

Загальна зміна склала:

$$2,7 - 2,9 = -0,2 \text{ пункти.}$$

Тобто, зменшення рентабельності діяльності на 0,2 пункти відбулося за рахунок збільшення прибутку від реалізації на 2,7 пункти та збільшення вартості активів на -1,6 пункти.

Проведемо факторний аналіз показників рентабельності виробничого капіталу ТОВ “S & D OVERSIS”, занесемо розраховані дані у таблиці 2.5.

Розрахуємо зарплатомісткість продукції:

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

2021 рік – $785,51 / 4448,63 = 0,18$

2022 рік – $926,64 / 5425,67 = 0,17$

Розрахуємо матеріаломісткість продукції:

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

2021 рік – $2412,85 / 4448,63 = 0,54$

2022 рік – $2941,29 / 5425,67 = 0,54$

Таблиця 2.5

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

Показник	Од. вим.	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
				+/-	%
Чистий дохід від реалізації	тис.грн.	4448,63	5425,67	+977,04	+22
Середньорічна вартість необоротних активів	тис.грн.	838,55	871,9	+33,35	+4,0
Середньорічні залишки оборотних активів	тис.грн.	1436,25	1860,28	+424,03	+29,5
Загальна собівартість реалізованої продукції, у т.ч.: -матеріальні витрати; -витрати на оплату праці	тис.грн.	3309,9	3987,61	+677,71	+20,5
		2412,85	2941,29	+528,44	+21,9
		785,51	926,64	+141,13	+18,0
Зарплатомісткість продукції	-	0,18	0,17	- 0,01	-5,6
Матеріаломісткість продукції	-	0,54	0,54	-	-
Капіталомісткість продукції	-	0,51	0,50	- 0,01	-2
Рентабельність виробничого капіталу	%	54,9	58,0	+3,1	+5,6

Розрахуємо капіталомісткість продукції:

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

$$2021 \text{ рік} - (1436,25 + 838,55) / 4448,63 = 0,51$$

$$2022 \text{ рік} - (1860,28 + 871,9) / 5425,67 = 0,50$$

Проводимо додаткові розрахунки для визначення впливу факторів:

$$2021 \text{ рік: } P = (1 - (0,18 + 0,54)) \times 100 / 0,51 = 54,9\%$$

$$\text{Умова 1: } P = (1 - (0,17 + 0,54)) \times 100 / 0,51 = 56,9\%$$

$$\text{Умова 2: } P = (1 - (0,17 + 0,54)) \times 100 / 0,51 = 56,9\%$$

$$2022 \text{ рік: } P = (1 - (0,17 + 0,54)) \times 100 / 0,50 = 58,0\%.$$

Розглянемо вплив зміни кожного фактору на рентабельність виробничого капіталу:

- зміна зарплатомісткості продукції:

$$56,9 - 54,9 = 2 \text{ пункти}$$

- зміна матеріаломісткості продукції:

$$56,9 - 56,9 = 0 - \text{не змінюється}$$

- зміна капіталомісткості продукції:

$$58,0 - 56,9 = 1,1 \text{ пункту}$$

Загальна зміна рентабельності виробничого капіталу:

$$2 + 1,1 = 3,1 \text{ пункти.}$$

На підставі розрахунків можна зробити висновки: у 2022 році відбулося підвищення показника рентабельності виробничого капіталу на 3,1 пункти завдяки:

- зменшення зарплатомісткості на 2 пункти;
- зменшення капіталомісткості на 1,1 пункту.

Таким чином, найбільший вплив на збільшення рентабельності здійснило зменшення зарплатомісткості продукції.

Функціонування компанії в умовах ринкової економіки актуалізує проблему раціонального використання ресурсів, поліпшення управління витратами для забезпечення конкурентоспроможності продукції. Витрати на виробництво продукції, робіт та послуг є індикатором діяльності підприємства: збільшення витрат може означати як зміни кон'юнктури ринку, так і недоліки у виробництві.

Витрати компанії на виробництво продукції, виражені у грошовій формі, утворюють собівартість продукції.

Розглянемо динаміку витрат ТОВ “S & D OVERSIS” на здійснення господарської діяльності за період 2021-2022 років.

Розраховуємо структуру і відхилення елементів витрат на основі даних “Звіту про фінансові результати”. Результати розрахунку зводимо у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Склад та структура витрат підприємства

Елементи витрат	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
	Сума, тис.грн.	%	Сума, тис.грн.	%	+, -	%
Собівартість реалізованої продукції	2482,43	72,2	2990,71	69,7	+508,27	+20,5
Адміністративні витрати	623,81	18,1	658,25	15,3	+34,44	+5,5
Витрати на збут	326,3	9,5	642	14,9	+315,7	+96,8
Інші операційні витрати	6,7	0,2	5,9	0,1	-0,8	-11,9
РАЗОМ	3439,24	100	4296,86	100	+857,62	+25,0

За даними табл. 2.6 можна зробити висновок, що у 2022 році на підприємстві відбулося збільшення витрат на 857,62 тис.грн. або на 25%. Це, насамперед, обумовлене зростанням цін на лікарські препарати у виробників, зростанням витрат на доставку та збереження продукції.

Слід звернути увагу на підвищення адміністративних витрат на 34,44 тис. грн. або 5,5% та значне зростання витрат на збут на 315,7 тис.грн. (тобто майже на 100%) при загальному збільшенні виробництва та реалізації продукції.

Більш детально аналіз витрат підприємства за 2021-2022 рр. проведемо за даними Звіту про фінансові результати, що зведені у табл. 2.7.

За даними таблиці 2.7 можна зробити висновок, що у 2022 році витрати на виробництво збільшилися на 677,71 тис.грн. або на 20,5%.

Слід відзначити, що при збільшенні обсягів реалізації на 22% витрати збільшилися тільки на 18,6%, тобто, темпи збільшення обсягів реалізації перевищують темпи збільшення витрати підприємства.

Зміни відбулися по всіх витратах: так витрати на оплату праці, збільшилися у 2022 році у порівнянні з 2021 роком на 1283 тис.грн. або на 17,9%. Відповідно збільшилися відрахування на соціальні заходи на 401 тис.грн. або на 12,9%.

Таблиця 2.7.

Склад та структура операційних витрат підприємства

Елементи витрат	2021 рік		2022 рік		Відхилення	
	Сума, тис.грн.	%	Сума, тис.грн.	%	+, -	%
Матеріальні витрати	2412,85	61,9	2941,29	63,5	+628,44	+26,0
Витрати на оплату праці	785,51	20,1	926,64	20,0	+141,13	+18,0
Відрахування на соціальні заходи	251,36	6,4	296,52	6,4	+45,16	+17,9
Амортизація	48,14	1,2	59,99	1,3	+11,85	+24,6
Інші витрати	406,7	10,4	405,9	8,8	-0,8	-0,2
Разом	3904,56	100	4630,34	100	+725,78	+18,6

У 2022 році відбулося збільшення практично по всіх економічних елементах витрат: по вартості матеріальних витрат у порівнянні з 2021 на 628,44 тис.грн. або на 26,0%, по амортизаційних відрахуваннях на 11,85 тис.грн. або на 17,9%, по витратам на оплату праці на 141,13 тис.грн або на 18,%. Відбулися також незначні зміни у структурі витрат: збільшилася питома вага матеріальних витрат на 1,6 пункти, питома вага інших витрат зменшилася. У загальному витрати підприємства зросли на 725,78 тис.грн або на 18,6%.

2.4. Аналіз ефективності використання виробничих ресурсів підприємства

Від рівня забезпеченості виробничими ресурсами залежить успішне функціонування економіки підприємства.

У свою чергу, прибуток підприємства, його рентабельність значною мірою залежать від ефективності використання таких ресурсів. Тому для аналізу ефективності діяльності підприємства та виявлення причин погіршення результатів господарської діяльності доцільно проаналізувати ефективність використання виробничих ресурсів та її вплив на прибутковість діяльності.

Виробничі ресурси підприємства включають основні фонди, оборотні фонди та трудові ресурси.

Аналіз динаміки та складу основних фондів ТОВ «S & D OVERSIS» здійснюємо за даними таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Основні засоби ТОВ «S & D OVERSIS»

Найменування основних засобів	На 01.01. 2021	на 01.01. 2022	на 01.01. 2023	Відхилення, %	
				2022/ 2020	2022/ 2021
Виробничого призначення:	831,58	845,52	898,28	108,0	106,2
– будівлі та споруди	-	-	-	-	-
– транспортні засоби	680,44	682,27	719,94	105,8	105,5
– інші	151,14	163,25	178,34	118	109,24

Від оснащеності підприємства ОЗ й ефективного їх використання , перед усім ефективного використання ОВЗ, вирішальною мірою залежить обсяг послуг і виробництва товарів, а також міра використання виробничого потенціалу.

Складські приміщення та офіс підприємство орендує.

Результати аналізу свідчать, що загальна вартість ОЗ за період 2021-2022р. зросла на 8%.

З метою визначення ефективності використання основних виробничих фондів автогосподарства застосовуються показники, що наведені у таблиці 2.9.

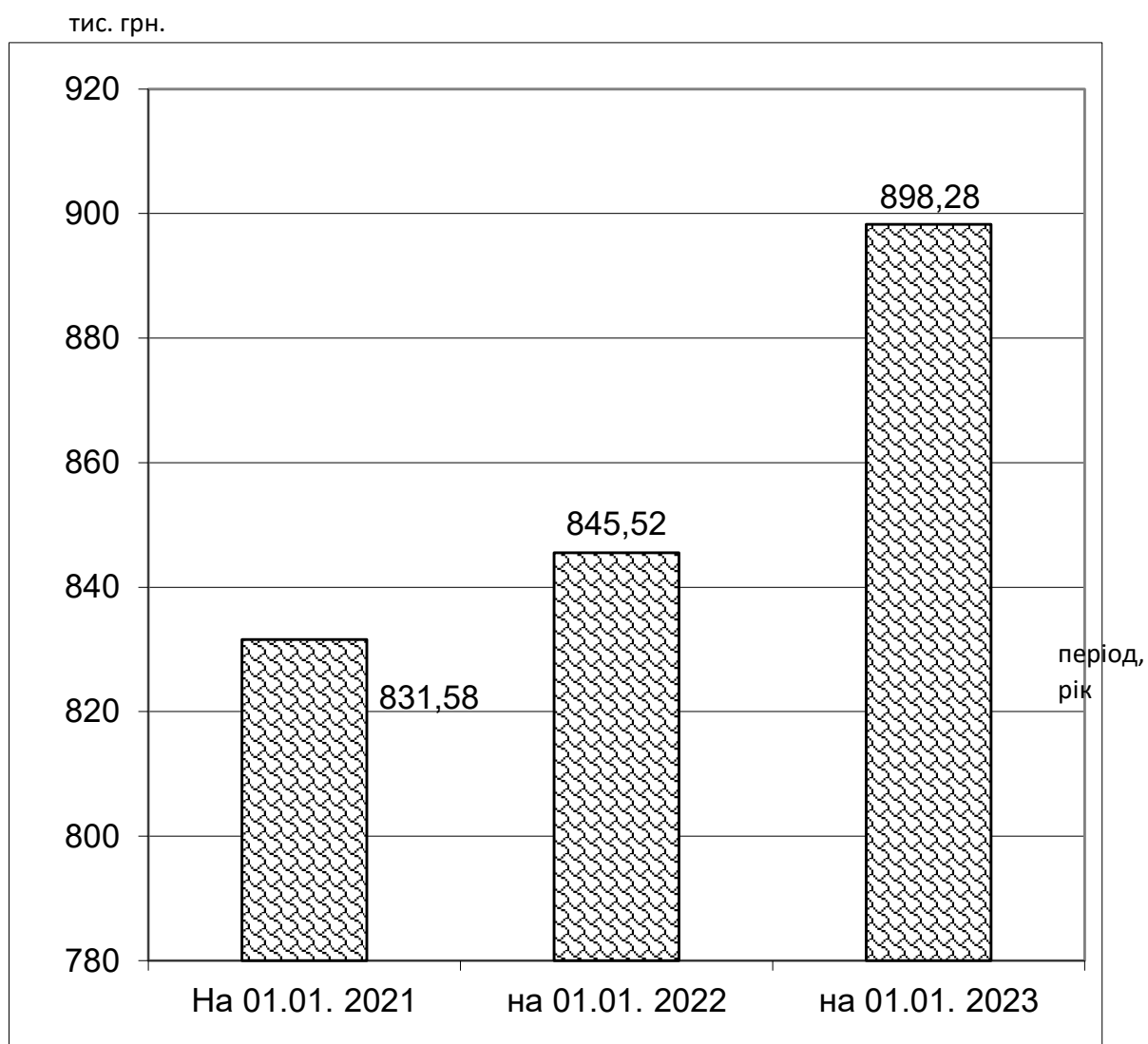


Рисунок 2.3. Стан основних засобів ТОВ «S & D OVERSIS» виробничого призначення

Таблиця 2.9. - Показники ефективності використання основних фондів підприємства

Показники	2021 рік	2022 рік	Темп росту, %
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	4448,63	5425,67	122
Прибуток, тис. грн.	337,78	399,1	115,2
Середньоспискова чисель- ність працівників, чол.	6	5	83,3
Рентабельність ОВФ, %	40,3	45,8	113,6
Фондовіддача, грн.	5,31	6,22	117,1
Фондомісткість	0,19	0,16	84,2
Фондоозброєність, тис. грн./чол.	139,8	174,38	124,7

Основним вартісним показником ефективності використання основних виробничих фондів є показник фондовіддачі. Підвищення цього показника на 17,1% свідчить про підвищення ефективності використання основних фондів. Позитивним є також підвищення фондоозброєності на 24,7%.

Достатнє забезпечення підприємства працівниками та раціональне використання їхніх навичок і здібностей має важливе значення для збільшення обсягів виробництва і підвищення ефективності господарської діяльності. Адже від кількості й кваліфікації персоналу та продуктивності їхньої праці залежить своєчасне виконання запланованих завдань. А це, у свою чергу, впливає на обсяг випуску продукції, її собівартість і прибутковість компанії. Отже, питання залучення і мотивації працівників є стратегічно важливим для успішної діяльності будь-якого виробничого підприємства.

Таблиця 2.10 - Інформація про чисельність працівників ТОВ «S & D OVERSIS» та оплату їх праці

Категорії працівників	Чисельність та оплата праці			Відхилення, %	
	2020	2021	2022	2022/2020	2022/2021
Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (осіб)	6	6	5	83,3	83,3
Середня чисельність поза-штатних працівників та сумісників (осіб)	-	1	1	100	-
Фонд оплати праці — всього (тис. грн.)	628,8	785,51	926,64	147,4	118,0

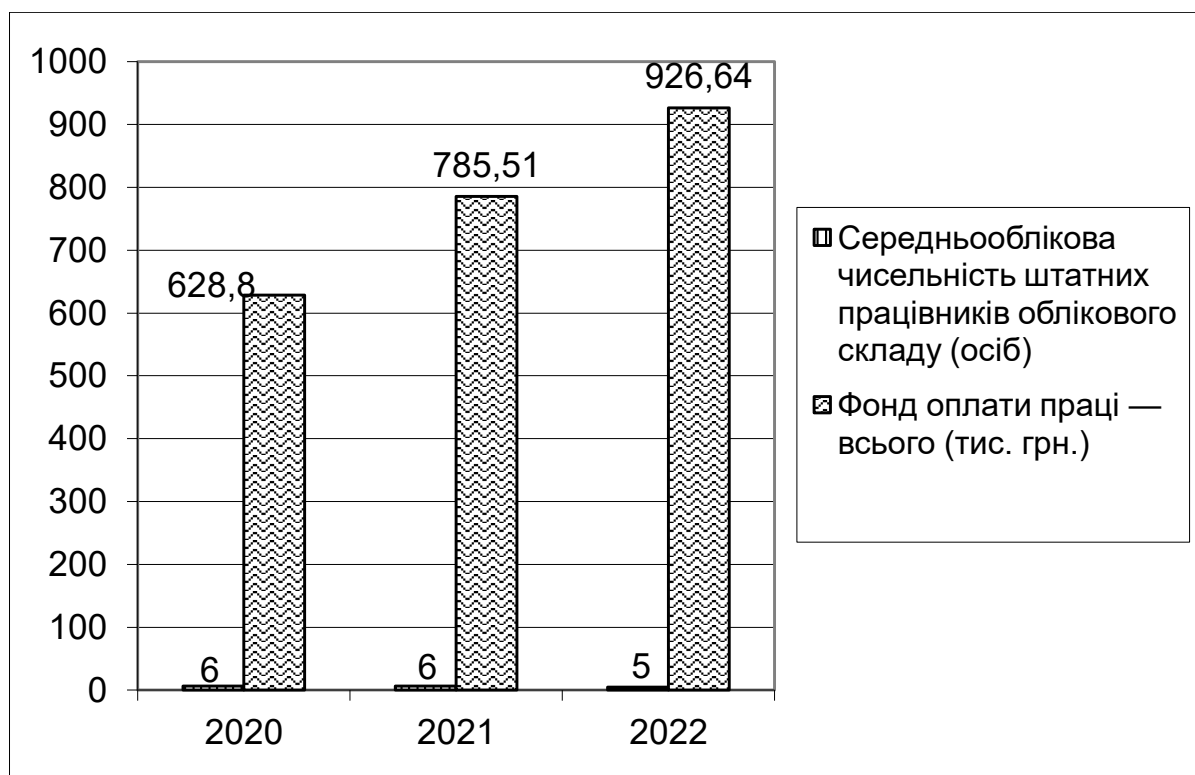


Рисунок 2.5. Інформація про чисельність працівників ТОВ «S & D OVERSIS» та оплату їх праці

З метою аналізу ефективності використання персоналу підприємства, проаналізуємо показники продуктивності та трудомісткості за даними таблиця 2.11.

Таблиця 2.11

Показники продуктивності та трудомісткості праці

Показники	2021 рік	2022 рік	Темп росту, %
1	2	3	5
Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	4448,63	5425,67	122
2.Середньоспискова численність працівників, грн..	6	5	83,3
3.Продуктивність праці, тис.грн./чол.	741,44	1085,13	146,4

Продуктивність праці:

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

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

2022 рік – $5425,67 : 5 = 1085,13$ тис.грн.

Як свідчать результати розрахунків, продуктивність праці робітників підприємства у 2022 році збільшилася на 46,4%.

Для забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства повинні мати крім основних фондів також оборотні фонди.

Оборотні фонди є найважливішим ресурсом підприємств, що займаються торгівельною діяльністю.

Економічна природа обігових коштів полягає в їх постійному русі - кругообігу, під час якого вони послідовно змінюють форму, переходячи з грошової в матеріальну, далі в товарну, а потім знову в грошову. Тобто проходять три етапи циклу.

Розмір обігових коштів підприємства залежить від обсягів виробництва та швидкості їх обороту. Чим швидше вони проходять стадії циклу, тим менше часу затримуються в товарній та грошовій формах. Відповідно, за однакових обсягів виробництва потрібно менше обігових коштів.

Основні показники використання ОЗ на ТОВ “S & D OVERSIS” наведені у табл.2.12 і розраховані за даними «Балансу підприємства» та “Звіту про фінансові результати”

Таблиця 2.12

Показники використання оборотних засобів

Показники	2021 рік	2022 рік	Зміна в динаміці	Темп росту, %
Коефіцієнт оборотності	3,1	2,92	-0,18	94,2
Середня тривалість одного обороту, дні	118	125	+7	106,0
Коефіцієнт завантаження оборотних засобів	0,32	0,34	+0,02	106,3
Величина умовної економії оборотних засобів, тис. грн	-	+788,3	-	-

Величина умовної економії оборотних засобів:

$$1860,28 \times (125 - 118) / 365 = + 35,68 \text{ тис.грн.}$$

За даними табл. 2.12 можна зробити висновки про погіршення використання оборотних засобів підприємства. Зменшення коефіцієнту оборотності на 5,8% свідчить про зменшення кількості разів кругообігів оборотних засобів на підприємстві. Збільшення середньої тривалості одного обороту на 7 днів свідчить про збільшення часу знаходження оборотних засобів у обороті і, як наслідок, збільшення додаткового обсягу оборотних засобів, що необхідні для отримання 1 грн. валового доходу підприємства. Це призвело до додаткового залучення оборотних засобів на суму 35,68 тис.грн. для забезпечення господарської діяльності у 2022 році.

Слід відмітити також те, що показники оборотності оборотних засобів є вкрай низькі. Підприємству слід переглянути політику співпраці з покупцями.

2.4. Аналіз ймовірності банкрутства

Діагностика банкрутства компанії передбачає своєчасне виявлення її неплатоспроможності, збитковості, фінансової залежності та низької ділової

активності. Тому в класичних моделях діагностики застосовують показники прибутковості, стійкості, ліквідності та активності.

До банкрутства може призвести погіршення всіх показників, що визначають фінансову стабільність компанії. Саме на них ґрунтується аналіз ймовірності настання кризи.

Існує багато методів діагностики ймовірності банкрутства, найвідоміші з яких - моделі Е. Альтмана, У. Бівера, Р. Таффлера, Р. Ліса, О. Терещенка, М. Спрінгейта тощо. Вперше 1968 року Альтман дослідив 22 фінансових показники і відібрав 5 для включення в модель визначення кредитоспроможності:

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

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

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. ;

ПК – 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 2022 році за методом Альтмана:

$$\begin{aligned} Z &= 1,2 \cdot (673,88 / 2732,18) + 1,4 \cdot (399,1 / 2732,18) + 3,3 \cdot (1045,79 / 2732,18) + \\ &+ 0,6 \cdot (1545,79 / 1186,4) + 1,0 \cdot (5425,67 / 2732,18) = 1,45 + 0,2 + 1,26 + 0,78 + \\ &+ 1,99 = 5,68 \end{aligned}$$

Оскільки значення Z-коефіцієнта дорівнює 5,68, тобто перевищує 3,0, ймовірність банкрутства ТОВ “S & D OVERSIS” досить низька.

Мінекономіки України рекомендує для своєчасного виявлення тенденцій формування незадовільної структури балансу прибутково

працюючого підприємства та вжиття випереджувальних заходів щодо запобігання банкрутству проводити систематичний експрес-аналіз фінансового стану (фінмоніторинг) за допомогою коефіцієнта Бівера.

Крім того, в українській економіці застосовується найбільш прийнятна система показників Бівера, що дозволяє визначити незадовільну структуру балансу неплатоспроможних компаній.

Такий регулярний моніторинг дає змогу вчасно виявляти проблеми та запобігати кризовим явищам в діяльності суб'єктів господарювання.

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

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

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

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

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

Таблиця 2.13 - 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 2022 рік:

$$KB = (399,1 - 59,99) / 1186,4 = 0,29$$

$$PA = (399,1 / 2732,18) \cdot 100 = 14,6$$

$$\Phi L = 1186,4 / 2732,18 = 0,43$$

$$KP = 2417,69 / 2732,18 = 0,88$$

$$KПз = 1860,28 / 1186,4 = 1,57$$

Розраховані показники свідчать про те, що підприємство знаходиться більш ніж за 5 років до банкрутства. Більшість показників свідчать про задовільний фінансовий стан підприємства. Тому для більш точного аналізу слід використовувати декілька методик визначення банкрутства.

Визначивши ймовірність банкрутства ТОВ “S & D OVERSIS” за декількома методиками, можна зробити висновок, що на даний час ймовірність банкрутства підприємства досить низька.

Для забезпечення стійких позицій компанії на ринку потрібно визначити економічні межі обсягів її діяльності, порушення яких може спричинити банкрутство. В практиці для встановлення цих критичних показників

використовують точку рентабельності та поріг беззбитковості.

Точка рентабельності демонструє мінімальний обсяг реалізації, починаючи з якого підприємство отримує прибуток. А поріг беззбитковості показує обсяг виробництва і продажів, за якого доходи покривають витрати.

Контролюючи ці показники, компанія може упереджувати збитковість та утримувати стійкі позиції на ринку.

Згідно статистичних даних та бухгалтерських даних складемо таблицю 2.14 та розрахуємо точку беззбитковості та рентабельність продукції.

Визначення рентабельності продажів здійснюється за формулою

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

Розрахуємо рентабельність продажів за даними таблиці по роках:

$$R_{n.2020} = \frac{379,64}{2883,08} \cdot 100\% = 13,17\%$$

$$R_{n.2022} = \frac{399,1}{4296,86} \cdot 100\% = 9,3\%$$

Таблиця 2.14 - Доходи та витрати ТОВ “S & D OVERSIS”

Показник	2020	2022	Відхилення %
Дохід від реалізації товарів, послуг, тис. грн.	3716,85	5425,67	+1708,82
Змінні витрати, тис. грн.	2032,26	2990,71	+958,45
Маржинальний дохід (р.1-р.2) тис. грн.	1684,59	2434,96	+750,37
Постійні витрати, тис. грн.	850,82	1306,15	+455,33
Прибуток до сплати податків, тис. грн.	474,55	498,88	+24,33
Податок на прибуток, тис. грн.	94,91	99,78	+4,87
Чистий прибуток, тис. грн.	379,64	399,1	+19,46

Отриманий рівень рентабельності продажів дозволяє дійти висновку про зменшення прибутковості бізнесу: в 2020 році на кожну гривню вкладених коштів приходилося 13,7 копійки прибутку; в 2020 році на кожну

гривню вкладених коштів приходилося 9,3 копійки прибутку.

Визначення точки беззбитковості здійснюється за формулою

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

За даними табл.2.14 розрахуємо точки беззбитковості по роках:

$$T_{\delta.2017} = \frac{850,82 \cdot 3716,85}{1684,59} = 1877,23 \text{ тис. грн.}$$

$$T_{\delta.2018} = \frac{1306,15 \cdot 5425,67}{2434,96} = 2910,42 \text{ тис. грн.}$$

Виходячи з результату розрахунку, критичний обсяг продажу, після подолання якого бізнес почне приносити реальний прибуток є меншим за обсяги фактичної реалізації послуг підприємства.

Разом з тим рентабельність (збитковість) продажу, в порівнянні з 2020 роком зменшилася на 3,8 пункти. Відповідно і критичний розмір обсягу реалізації зменшився.

Таким чином, згідно отриманих результатів розрахунку рентабельності та точки беззбитковості, можемо зробити висновок, що ТОВ “S & D OVERSIS” в 2022 році працювало ефективно.

III. РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Запровадження системи стратегічного планування, як засобу забезпечення конкурентних переваг та підвищення прибутковості діяльності

Розвиток компанії безпосередньо пов'язаний зі стратегічними змінами, що здійснюються за допомогою системи стратегічного планування. Ефективна система стратегічного планування сприяє досягненню цілей компанії та забезпечує конкурентні переваги шляхом реалізації можливостей і нейтралізації загроз зовнішнього середовища, використання сильних сторін та усунення слабких сторін внутрішнього середовища.

Щоб оцінити ефективність системи стратегічного планування, потрібно обрати показники, які повною мірою відображають зміни, пов'язані з реалізацією стратегії. Це можуть бути як фінансові, так і організаційні показники. Аналіз динаміки таких показників дозволить комплексно оцінити результативність системи стратегічного управління на підприємстві.

Для кожного підприємства є можливою адаптація універсальної системи, при цьому набір показників у різних підприємств, що діють навіть в одній галузі, може істотно відрізнятись. Пропонуємо універсальна система показників стратегічного планування, заснована на світовій теорії і практиці економічного аналізу. Вона може коректуватися залежно від потреб підприємства.

У сучасній теорії стратегічного планування розроблений цілий набір критеріїв, яким повинна відповідати якнайкраща стратегія. Не дивлячись на те, що різні автори пропонують свої набори критеріїв і параметрів, вони так чи інакше повторюють один одного. Найповніше критерії представлені в роботі А. А. Томпсона і А. Дж. Стрікланда. Існують так звані обов'язкові критерії оцінки стратегії: відповідність зовнішньому та внутрішньому середовищу,

забезпечення конкурентних переваг і ефективності. Також автори розглядають додаткові критерії: охоплення всіх ключових аспектів діяльності, узгодженість складових стратегії, рівень ризику, гнучкість. Ці критерії є бажаними, проте не обов'язковими. Вони не можуть безпосередньо впливати на вибір конкретної стратегії, а лише допомагають комплексно оцінити її якість та відповідність потребам компанії. Тому при розробці та виборі стратегії варто враховувати як обов'язкові, так і додаткові критерії для забезпечення її ефективності.

Проте питання, за якими показниками необхідно проводити оцінку стратегії, залишається відкритим і на сьогоднішній день. У 1990 році професори Гарвардської школи бізнесу Нортон і Каплан провели дослідження з метою знайти нові способи підвищення ефективності та досягнення цілей компанії. На основі результатів була розроблена система збалансованих показників (Balanced Scorecard). Ця система відображає цілі компанії через ключові параметри діяльності та демонструє логічні взаємозв'язки між ними з використанням відповідних показників.

Основний принцип полягає в тому, що досягти мети можна лише за наявності вимірюваних показників. Система BSC розглядає такі основні напрями оцінки:

- фінансові показники, що демонструють уявлення акціонерів та інвесторів про компанію;
- показники, орієнтовані на задоволення потреб клієнтів;
- показники ефективності бізнес-процесів та їх оптимізації;
- показники зростання компанії за рахунок навчання персоналу та використання сучасних технологій.

Проте системі BSC притаманний один значний недолік – відсутність пріоритетного узагальненого показника оцінки ефективності. Це ускладнює порівняння альтернативних стратегій розвитку.

Таким чином, необхідний механізм оцінки стратегії і всієї діяльності по стратегічному плануванню на підприємстві, який зможе врахувати всі істотні зміни, пов'язані з процесом стратегічного планування на підприємстві.

Найбільш важливими фінансовими показниками, що використовуються при стратегічному плануванні, є: прибуток до вирахування відсотків, податків та амортизації (EBITDA), операційний прибуток (доходи за вирахуванням відсотків і податків, EBIT), чистий операційний прибуток після оподаткування (NOPAT), чистий грошовий потік (NCF), вільний грошовий потік (FCF), рентабельність інвестованого капіталу (ROIC), очікувана рентабельність інвестицій (EROIC), середньозважена вартість капіталу (WACC), ринкова додана вартість (MVA), економічна додана вартість (EVA), вартість операцій (приведена вартість грошових потоків, V_{op}). Аналіз цих показників дає уявлення про фінансовий стан, прибутковість та інвестиційну привабливість компанії. Зазначені фінансові показники є важливими при аналізі діяльності компанії, проте обрати пріоритетний з них практично неможливо. Найбільш доцільно розглядати їх у комплексі. Ці коефіцієнти відображають фінансовий бік та можуть слугувати індикаторами ефективності стратегії. Отже, їх слід віднести до критерію ефективності при оцінці.

Окрім фінансових показників, існують індикатори відповідності середовищу та забезпечення конкурентних переваг. Їх використання також є вкрай важливим елементом ефективної системи стратегічного планування на підприємстві.

Необхідний інтегральний показник, який поєднує індикатори відповідності внутрішньому і зовнішньому середовищу, конкурентних переваг та ефективності. Це дозволить комплексно оцінювати стратегії.

Зведемо всі параметри стратегічного планування на підприємстві в таблицю 3.1 всіх показників розіб'ємо на п'ять рівнів. За нульовий рівень береться безрозмірний інтегральний показник стратегічного планування. До першого рівня відносяться групи показників відповідності середовищу,

показників конкурентної переваги і показників ефективності як найбільш узагальнені показники підприємства.

Склад груп оцінних параметрів стратегічного планування представляє набір необхідних і достатніх параметрів оцінки діяльності по стратегічному плануванню на підприємстві, проте при необхідності набір параметрів може бути доповнений для урахування специфіки досліджуваного підприємства.

Для оцінки діяльності по стратегічному плануванню на підприємстві з урахуванням відповідності зовнішньому і внутрішньому середовищу, конкурентної переваги і ефективності діяльності пропонуємо інтегральний безрозмірний показник стратегічного планування, отриманий на основі побудови профілю стратегії розвитку підприємства по оцінних параметрах. Приклад профілю стратегії розвитку підприємства представлений на рисунку 3.1.

Профіль стратегії будується по параметрах, що входять до складу параметрів оцінки стратегічного планування. Набір параметрів, що включаються в профіль стратегії, формується з показників всіх рівнів. Коло оцінного поля, на якому будується профіль стратегії, ділиться радіальними оцінними шкалами на рівні сектори, кількість яких відповідає набору включених оцінних параметрів. Шкали секторів представлено так, щоб значення параметрів не виходили за межі оцінного поля.

У міру наближення до центру оцінного поля значення параметра погіршується, або у разі нульового значення свідчить про його відсутність. За наявності як мінімум одного нульового значення показника стратегія є не відповідною всім найбільш важливим критеріям і не підлягає подальшому розгляду. Проте необхідно враховувати, що для кожного підприємства існує можливість коректування обов'язкових критеріїв, які б зважали на його специфіку. Наприклад, для підприємств-монополістів в якій-небудь галузі критерії відповідності зовнішньому середовищу і забезпечення конкурентної переваги можуть бути відсутніми частково або повністю.

**Таблиця 3.1. - Склад груп оцінки параметрів стратегічного планування
на підприємстві**

Оцінні параметри стратегічного планування по ступеню їх узагальнення				
0-й рівень	1-й рівень	2-й рівень	3-й рівень	4-й рівень
Інтегральний показник стратегічного планування (Кспінт)	Відповідність середовищу (Кср)	Відповідність зовнішньому середовищу (КзовнСр)	Забезпеченість ресурсами (ЗР)	Надійність постачальників (ред)
				Ступінь залежності від постачальників (Сзпост)
			Затребуваність продукції підприємства (ЗПП)	Надійність покупців (Нпок)
				Ступінь впливу покупців (Свпок)
			Конкуренція (Конк)	Інтенсивність конкурентної боротьби (Іконкб)
				Частка ринку (ЧР)
				Ступінь інтеграції основних конкурентів (СінтКонк)
			Рушійні сили галузі (РСГ)	Глобалізація галузі (ГГ)
				Економічні тенденції галузі (ре)
				Злиття і поглинання в галузі (ЗП)
				Розвиток технологій (РТ)
				Зміни в законодавстві і державній політиці (ре)
				Ступінь невизначеності і ризику для бізнесу (СН)
			Перспективи розвитку галузі (Прозв)	Стадія життєвого циклу галузі (СЖЦ)
				Загальна привабливість галузі (ЗП)
		Відповідність внутрішньому середовищу (КвнутрСр)	Забезпеченість трудовими ресурсами (ТР)	Продуктивність праці (ре)
				Кваліфікація персоналу (КП)
			Забезпеченість активами підприємства (АП)	Матеріальні і нематеріальні активи (А)
				Конкурентні можливості (КОНКМ)
				Репутація підприємства (РП)

Продовження таблиці 3.1

0-й рівень	1-й рівень	2-й рівень	3-й рівень	4-й рівень
	Конкурентна перевага (Кконкпр)	Якість продукції (КАЧП)	Екологічність (Еко)	Токсичність (Токс)
			Економічність і новизна (ЕІН)	Трудовитрати при зберіганні (Тпр)
				Новизна (ред)
			Патентоспроможність і складність (ПіСК)	Патентоспроможність (Патент)
				Складність рецептури (СКР)
		Перевага покупців (Ппок)	Ціна на продукцію (Ц)	Питома собівартість (Псоб)
				Рентабельність основної діяльності (РЕНОД)
			Впізнанність і дизайн продукції (ВпД)	Дизайн (Диз)
				Впізнанність продукції покупцем (Вппок)
		Технологія виробництва (Тпр)	Розвиток передових технологій (ре)	Диференціація продукції (Діф)
				НІР
	Ефективність (КЕФ)	Показники ділової активності підприємства (Пділ)	Прибутковість підприємства (Ппід)	EBIT
				EBITDA
				NOPAT
		Показники рентабельності підприємства (РЕНТП)	Рентабельність інвестованого капіталу (редс)	ROIC
				EROIC
		Показники вартості підприємства (Варп)	Вартість підприємства (ВТП)	WACC
			Додана вартість (ДВт)	MVA
				EVA
		Показник руху грошових коштів (ПРгк)	Грошові потоки (ГроП)	NCF
			Вартість операцій (ВарОп)	FCF
				Vop

Параметри, які важко виразити кількісним оцінками, оцінюються експертним шляхом за бальною шкалою. Профіль стратегії будується

виходячи з того, що параметри оцінки стратегічного планування на підприємстві мають рівну вагу, тому площа секторів однакова. Проте існує можливість встановити пріоритет кожного з показників, привласнивши йому більшу вагу. Це можна зробити, змінивши внутрішній кут сектора. При збільшенні кута площа поля показника стає більше, а його вага збільшується порівняно з іншими показниками. Визначення інтегрального показника стратегічного планування зводиться до визначення площі, займаної на оцінному полі профілем стратегії.

Кожен параметр, представлений на профілі, відображається сектором, обмеженим колом з радіусом, рівним числовому значенню відповідного параметра і вершиною внутрішнього кута α_i , визначуваного як ступінь впливу даного параметра серед всього набору параметрів. На рисунку 3.1 всі параметри рівнозначні, отже, кут $\alpha = 2\pi/n$, де n – кількість параметрів оцінки стратегічного планування. Площа сектора, визначається як $S_i = \pi \times r_i^2 / n$. Далі складаємо площі всіх сегментів.

Формула розрахунку площі фігур, вписаної в коло радіусу $r = 1$, буде наступна:

$$S_{\text{проф}} = \sum_{i=1}^n S_i = \frac{\pi}{n} \times r_1^2 + \frac{\pi}{n} \times r_2^2 + \dots + \frac{\pi}{n} \times r_i^2 = \frac{\pi}{n} \times (r_1^2 + r_2^2 + \dots + r_i^2) = \frac{\pi}{n} \times \sum_{i=1}^n r_i^2, \quad (3.1)$$

де $S_{\text{проф}}$ – площа профілю стратегії, що розробляється, кв. Ед.; S_i – площа i -го сегменту профілю стратегії, що розробляється, кв. Ед.; r_i – радіус i -го сегменту профілю стратегії, що розробляється, рівний значенню параметра в безрозмірному вигляді, ед.

Розрахунок інтегрального показника стратегічного планування ($\hat{E}_{\tilde{N}\tilde{I}}^{\text{зод}}$) здійснюється по формулі:

$$K_{\text{СП}}^{\text{инт}} = \frac{S_{\text{проф}}}{S_{\text{общ}}} = \frac{\sum_{i=1}^n r_i^2}{n \times r^2} = \frac{\sum_{i=1}^n r_i^2}{n}, \quad (3.2)$$

де $S_{\text{общ}}$ – загальна площа оцінного поля, кв. Од.;

r – радіус оцінного поля, в нашому випадку $r = 1$, ед.

При нерівноцінності впливу параметрів формула для визначення площі профілю стратегії, що розробляється, матиме вигляд:

$$S_{\text{проф},N} = \sum_{i=1}^n r_i^2 \times j_i, \quad (3.3)$$

де j_i – питома вага (вплив) i -го чинника, при цьому $\sum_{i=1}^n j_i = 1$.

Звідси інтегральний показник стратегічного планування має вигляд:

$$K_{\text{СП},N}^{\text{інт}} = \sum_{i=1}^n r_i^2 \times j_i. \quad (3.4)$$

Використання профілю стратегії розвитку підприємства дозволяє об'єднати фінансові і якісні характеристики стратегії в один безрозмірний інтегральний показник стратегічного планування на підприємстві. Таким чином, можна побудувати профіль іншої розробленої стратегії на тому ж оцінному полі і порівняти їх за допомогою інтегральних показників стратегічного планування. Також можливо порівняти стратегії підприємства і підприємства-конкурента.

Використання методики побудови профілю не тільки дозволяє порівняти різні стратегії розвитку підприємства, але і оцінювати результативність роботи керівного персоналу, порівнюючи профіль за звітні періоди часу. Крім того, аналіз діяльності інших підприємств показав, що поблизу початку координат профілю стратегії існує так звана «червона зона», попадання в яку для підприємства загрожує важкими наслідками.

Запропонована методика оцінки стратегічного планування на підприємстві дозволяє створити універсальний показник, за допомогою якого можна враховувати як фінансові, так і нефінансові критерії оцінки стратегії. Це інтегральний показник стратегічного планування. Важливою особливістю методики є можливість порівняти інтегральні показники стратегічного планування для кожної розробленої стратегії на підприємстві і на основі цього вибрати кращий із запропонованих варіантів. За наявності необхідної

інформації можна порівняти стратегії підприємства із стратегіями його конкурентів.

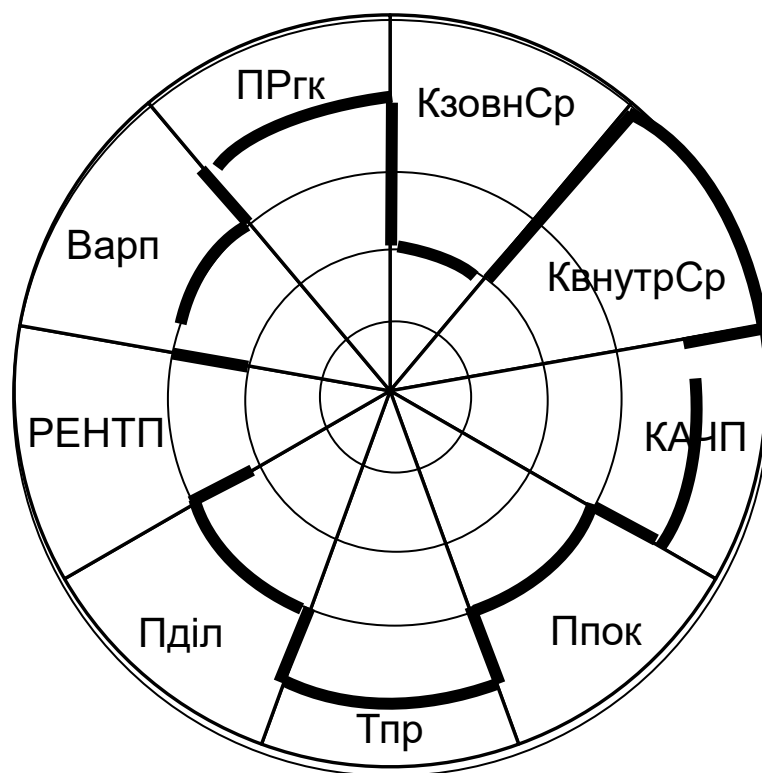


Рисунок 3.1. Приклад побудови профілю стратегії

3.2. Підвищення прибутковості підприємства на основі розширення асортименту продажу лікарських препаратів

У якості напрямків підвищення прибутковості діяльності підприємства розглянемо питання можливості збільшення обсягів продажу лікарських препаратів. З цією метою пропонуємо розробку бізнес-плану продажу окремих лікарських препаратів.

Резюме

Метою проекту є підвищення прибутку підприємства за рахунок розширення асортименту та збільшення обсягів продажу лікарських препаратів.

Назва підприємства - ТОВ «S & D OVERSIS».

Організаційно-правова форма – Товариство з обмеженою відповідальністю.

Вид діяльності - КВЕД 47.74 «Оптова та роздрібна торгівля медичним препаратами та ортопедичними засобами».

Юридична адреса - м. Київ, вул. Лугова, 12.

Обсяг фінансування та джерела фінансування – фінансування здійснюється за рахунок власних коштів. Обсяг фінансових ресурсів – 850 000 грн.

Термін здійснення проекту: 12 місяців.

Термін окупності –

Характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «S & D OVERSIS» створене 12 липня 2016 року.

Юридична адреса: м. Київ, вул. Лугова, 12.

Підприємство здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України та Статуту підприємства.

Основним видом діяльності підприємства є оптова торгівля медичними препаратами.

Підприємства має ліцензії на всі препарати, які продає.

Підприємство має у власності приміщення, яке використовується під офіс, та орендоване приміщення – використовується під склад.

Загальна кількість працюючих 5 чол. В тому числі : керівники і спеціалісти – 2 чол., робітники - 3 чол.

Основна мета підприємства – отримання прибутку від здійснення оптової торгівлі з метою задоволення потреб споживачів у якісних лікарських препаратах за привабливими цінами.

Стратегія підприємства передбачає використання гнучкої цінової політики, розширення асортименту препаратів на основі споживчих потреб, забезпечення комфортних умов роботи з контрагентами.

Ринок, на якому працює ТОВ «S & D OVERSIS» - це ринок лікарських препаратів та БАДів.

В основному підприємство спеціалізується на продажу серцевих глікозидів, антиаритмічних, протизапальних та знеболюючих препаратів (анальгетиків).

Основними постачальниками є іноземні фармакологічні підприємства (в основному підприємства Індії).

Аналіз ринку

Згідно з даними за 2023 рік, загальна вартість роздрібною реалізації всіх товарів "аптечного кошика" сягнула 164 млрд гривень, що на 29% перевищує показник 2022 року. У порівнянні з довоєнним 2021 роком це зростання становить 20%.

В натуральному вимірі обсяги аптечного продажу склали 1,3 млрд упаковок, що на 3% більше за показник 2022 року, проте на 27% менше порівняно з 2021 роком.

Отже, у грошовому вимірі продажі зросли, а в натуральному - зменшилися. Це свідчить про подорожчання ліків та засобів гігієни в умовах інфляції. Проте попит лишається високим через потреби населення.

У доларовому вираженні темпи зростання у 2023 році становили 13% порівняно з 2022 роком, але зменшилися на 10% порівняно з 2021 роком через значне зростання валютного курсу початку воєнних дій в Україні.

У грошовому вираженні спостерігається зростання обсягів роздрібного продажу всіх категорій товарів “аптечного кошика”. У натуральному вираженні фіксується збільшення для всіх категорій, за винятком медичних виробів, продаж яких скоротився на 0,6% (рис.3.2).

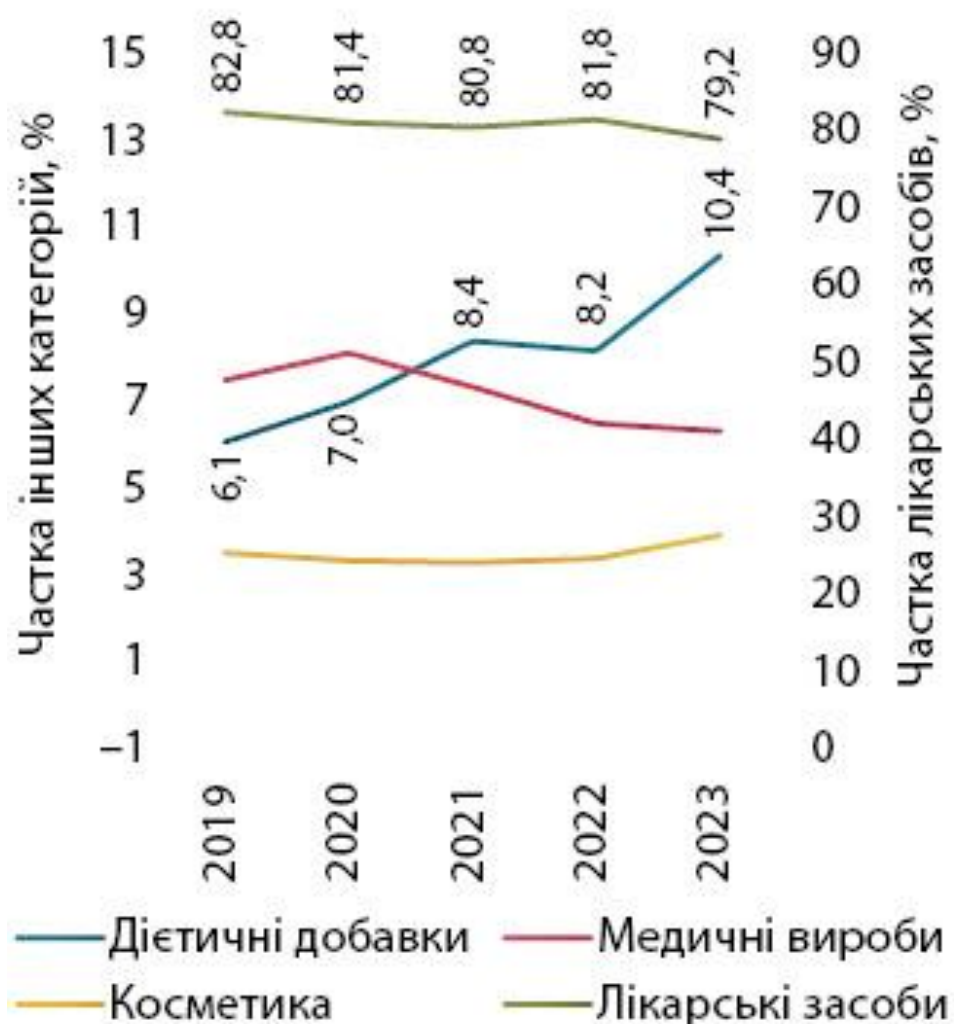


Рис.3.2. Динаміка питомої ваги різних категорій товарів «аптечного кошика» за підсумками 2019–2023 рр.

Особливу увагу слід звернути на сегмент дієтичних добавок, обсяги роздрібного продажу яких зростають значно швидше, ніж у інших категоріях. Це сприяє подальшому збільшенню частки дієтичних добавок у загальній структурі ринку. За підсумками 2023 року їх частка становить 10,4% у грошовому вираженні та 8% у натуральному вираженні.

У структурі продажу вітчизняних та закордонних аптечних товарів за підсумками 2023 року відзначається невеликий зсув у бік внутрішнього виробництва для всіх категорій у грошовому вираженні, у порівнянні з даними 2022 року.

Щодо натурального вираження, для деяких категорій відзначається зростання частки зарубіжних товарів, тоді як для інших вітчизняних продуктів відзначено збільшення частки. Загалом по ринку спостерігається збільшення відсотка товарів від іноземних виробників.

У серпні 2023 року середньозважена ціна за одну упаковку товарів “аптечного кошика” досягла 127,8 гривень, що свідчить про зростання на 25,4% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Дієтичні добавки визначаються як найбільш витратна категорія серед товарів “аптечного кошика”, з середньозваженою ціною за один блістер на рівні 166,4 гривень. Лікарські засоби мають середню ціну 153,1 гривень за упаковку, косметика коштує в середньому 138,8 гривень, а медичні вироби пропонуються за 36,7 гривень за упаковку.

Аналіз лікарсько-фармацевтичного ринку. За підсумками 2023 року, обсяги роздрібного продажу лікарських засобів досягли 130 мільярдів гривень, що свідчить про зростання на 25% порівняно із показниками 2022 року. Кількість реалізованих упаковок становила 848,7 мільйонів, що перевищує попередній рік на 0,5%. У доларовому вираженні обсяги продажів зросли на 9,4%, до понад 3,5 мільярда доларів США.

Після кризового спаду, викликаного воєнними діями у 2022 році, ринок лікарських засобів розпочав процес відновлення з березня 2023 року, показуючи значний ріст (понад 60% у середині року). Однак на завершення року спостерігалось сповільнення цього темпу, пов'язане з вичерпанням ефекту низької бази порівняння.

У 2022 році, внаслідок значного зниження фізичного вживання лікарських засобів, високі показники інфляції стримували більш глибокий спад у грошовому вираженні. Проте в 2023 році ринок демонструє

відновлення, переважно завдяки збільшенню обсягів продажів у фасовках та перерозподілу споживання в користь вищоцінних препаратів, що підтверджується високим показником індексу заміщення. В той час як інфляційна складова зменшувалася протягом року.

Споживання. Щодо структури споживання, протягом досліджуваного періоду спостерігається тривала тенденція до зростання частки рецептурних лікарських засобів у загальній структурі ринку. За розподілом на препарати вітчизняного та іноземного виробництва відзначається невеликий зріст частки українських препаратів у грошовому вираженні. З іншого боку, у натуральному вираженні спостерігається зсув на користь іноземних ліків.

Ключові гравці ринку. За результатами 2023 року найбільшими учасниками за обсягами роздрібного продажу лікарських засобів та дієтичних добавок в грошовому вираженні стали компанії “Фармак”, “Дарниця” і “Teva”.

Усі організації, що входять до топ-20, продемонстрували зростання обсягів роздрібних продажів в грошовому вираженні лікарських засобів та дієтичних добавок, з вказівкою їхньої позиції в рейтингу за 2021–2022 роки, а також темпів зростання/зменшення обсягів продажу, Evolution index і частки на ринку.

Лідери серед брендів лікарських засобів за обсягами роздрібного продажу за підсумками 2023 – НІМЕСИЛ, НУРОФЕН та КСАРЕЛТО.

Дистрибуція. За результатами 2023 року в сегменті дистрибуції провідними стали компанії “Оптіма-Фарм”, “БаДМ” і “Вента.ЛТД”. Між провідними учасниками цього сегменту триває інтенсивна конкурентійна боротьба за здобуття частки ринку.

Основні прогнози подальшого розвитку ринку. Відповідно до попередніх оцінок, економіка України у 2023 році демонструє вищий темп зростання, ніж очікувалося.

Щодо подальших прогнозів її розвитку, різні інституції мають відмінні погляди. Наприклад, Світовий банк передбачає зростання ВВП на 3,2% у 2024 році та на 6,5% у 2025 році. Національний банк України також позитивно

оцінює економічний розвиток, прогнозуючи зростання на 3,6% у 2024 році та на 6% у 2025 році.

Проте Міжнародний валютний фонд має зовсім інший погляд, передбачаючи, що у випадку завершення війни до кінця 2024 року, економіка зросте на 3–4% у 2025 році, а у разі її продовження зменшиться на 5%.

Наразі війна істотно обмежує економічну активність, про що свідчить тиск на очікування населення та бізнесу через мобілізацію.

Щодо подальшого розвитку фармацевтичного ринку, прогнози лишаються позитивними. За прогнозами, у 2024 році зростання обсягів аптечного продажу ліків у грошовому вимірі становитиме від 13,2% у песимістичному сценарії до 31,6% в оптимістичному. Базовий сценарій передбачає зростання на 19,7%. Проте війна та її наслідки й надалі чинитимуть значний вплив на економічний розвиток і фармринок.

Незважаючи на складні умови, попит на ліки залишатиметься високим через потреби населення. Тому фармацевтична галузь має потенціал для розвитку, хоча темпи зростання залежатимуть від загальної ситуації в країні.

Аналіз сильних та слабких сторін підприємства здійснено на основі SWOT-аналізу, результати наведені у Розділі II даної кваліфікаційної роботи.

Основними конкурентами підприємства на даний час є ТОВ «ПРАЙММЕД», ТОВ «ТРЕЙДІНГ ІНВЕСТМЕНТС», ТОВ «МТ-МЕД» та інш.

Характеристика продукції

З метою розширення асортименту лікарських препаратів, підприємство планує заключити договір з фірмою «AFIST LIFESCIENCE PRIVATE LTD» (Делі, Індія) на поставку наступних видів лікарських препаратів:

№з/п	Назва препарату	Лікарська форма	Діюча речовина	Показання
1	Левовфлоксацин 500мг	Таблетки у блістері 1х10	левофлоксацин	для лікування у дорослих таких інфекцій, спричинених чутливими до левофлоксацину мікроорганізмами: • гострий бактеріальний синусит; • загострення хронічного обструктивного захворювання легень, включно із бронхітом; • негоспітальна пневмонія; • ускладнені інфекції шкіри і м'яких тканин; • неускладнений цистит.
2	Азитроміцин 500 мг	таблетки у блістері 1х3	азитроміцин;	• інфекції ЛОР-органів (бактеріальний фарингіт/тонзиліт, синусит, середній отит); • інфекції дихальних шляхів (бактеріальний бронхіт, негоспітальна пневмонія); • інфекції шкіри та м'яких тканин: мігруюча еритема (початкова стадія хвороби Лайма), бешиха, імпетиго, вторинні піодерматози, акне вульгаріс (вугрі звичайні) середнього ступеня тяжкості; • інфекції, що передаються статевим шляхом: неускладнені генітальні інфекції, спричинені <i>Chlamydia trachomatis</i>.
3	Мелоксикам 15 мг	таблетки у блістері 1х10	мелоксикам	Короткотривале симптоматичне лікування загострення остеоартрозу.

№з/п	Назва препарату	Лікарська форма	Діюча речовина	Показання
				Довготривале симптоматичне лікування ревматоїдного артриту та анкілозивного спондиліту.
4	Амоксицилін 500 мг	таблетки у блістері 1x10	амоксицилін та клавуланова кислота	інфекції, спричинені чутливими до амоксициліну мікроорганізмами, у тому числі гострі та хронічні інфекції сечових шляхів (уретрит, пієлонефрит); ангіна, гострий отит, бронхіт, бактеріальний фарингіт, синусит, пневмонія; гостра неускладнена гонорея; інфекції шкіри та м'яких тканин, у тому числі при опіковій хворобі; інфекції жовчовивідних шляхів та травного тракту; у комбінації з іншими засобами застосовують у комплексних ерадикаційних схемах при хронічному гастриті та виразковій хворобі шлунка і дванадцятипалої кишки, асоційованих з <i>Helicobacter pylori</i> .
5	Аторвастатин 10 мг	3x10	аторвастатин	• зменшення ризику виникнення нелетального інфаркту міокарда; • зменшення ризику виникнення летального та нелетального інсульту; • зменшення ризику проведення процедур реваскуляризації; • зменшення ризику госпіталізації у зв'язку із застійною серцевою недостатністю; • зменшення ризику виникнення стенокардії.

Маркетинговий план

Важливою складовою бізнес-плану є розробка маркетингового плану.

Маркетинговий план передбачає наступні пункти: політика ціноутворення, методи стимулювання продажів, рекламні заходи, організацію маркетингової діяльності.

На початку слід визначитися з маркетинговою стратегією.

Оптимальна стратегія маркетингу відповідно до мети бізнес-плану полягає у розширенні попиту за допомогою стимулювання обсягу продажів, цінової політики та нецінових факторів конкурентної боротьби.

Цінова політика підприємства основана на орієнтуванні на споживачів із середнім рівнем доходу.

Встановлення ціни на препарати буде враховувати наступні фактори:

- 1) собівартість реалізованої продукції. На її основі буде оцінюватися мінімально можлива ціна продукції, що відповідає найменшим витратам на придбання, доставку та реалізацію препаратів.
- 2) ціна конкурентів на аналогічні препарати. На основі проведеного аналізу цін конкурентів визначатиметься середній рівень цін.
- 3) ціна, яка визначається попитом на даний препарат.

На основі вище наведеного встановлення мінімально можливої ціни на дані препарати буде здійснюватися методом «витрати + прибуток». Мінімально можлива ціна буде корегуватися в залежності від попиту та ціни конкурентів.

На етапі виходу на ринок будуть використовуватися психологічні ціни, які будуть враховувати знижки та акції.

Значний вплив на розмір ціни у подальшому буде здійснювати також стабільність національної валюти, оскільки постачальником є підприємство іноземної країни.

Цільова аудиторія. Основним сегментом ринку для підприємства є національний (Україна), регіональний (Київ, Київська обл.) ринок. У

майбутньому підприємство має плани на вихід на ринок зарубіжних країн (в першу чергу, на ринок Грузії).

Аналіз наявного ринку конкурентів дає змогу визначити як основний сегмент це ринок споживачів з середнім та нижче середнього доходом.

Реклама. З метою стимулювання збуту необхідно розробити заходи по рекламі зразків продукції.

Розробка зразків рекламно-інформаційного характеру

Менеджер з продажу під час ведення переговорів з клієнтами постійно стикається з проблемою відсутності наочних зразків продукції.

Тому необхідно розробити та виготовити "портфель продавця", що міститиме такі рекламно-інформаційні матеріали:

- каталог зразків продукції;
- прейскуранти з достатньою кількістю спеціалізованої інформації для зручного користування;
- брошури зі спеціалізованою інформацією та стандартами управління і продажів.

Необхідно визначити концепцію, бюджет кожного документа та ресурси, потрібні для його виготовлення. Це дозволить підвищити ефективність роботи менеджерів з продажу та поліпшити взаємодію з клієнтами.

Каталог рекламних матеріалів - зразків лікарських препаратів повинен являти собою аркуш формату А5 (148х210 мм). Рекламні матеріали повинні містити аркуші з наступними видами:

- види методичної літератури для лікарів;
- види методичної літератури для споживачів;

Прейскурант на продукцію та послуги – аркуш формату А5. Він повинний містити перелік лікарських препаратів, спеціалізовану інформацію про цю продукцію і власне вартість препаратів оформлену у зручну таблицю.

Рекламні матеріали з спеціалізованою і корпоративною інформацією – це внутрішні документи підприємства. Вимоги аналогічні вимогам до службових документів: формат А5, чорно-білий друк, скріплення скобами.

Загальні витрати на виготовлення рекламних матеріалів складуть 11716,37 грн.

Таблиця 3.3 - Бюджет матеріалів рекламно-інформаційного характеру в гривнях

Стаття витрат	Найменування документів			
	Каталог зразків продукції	Прейскурант	Брошура зі спеціалізованою інформацією	Брошура з корпоративною інформацією
Дизайн і макетування	1093,26	546,64	209,30	190,64
Додрукарська підготовка	1361,92	681,12	20,24	16,46
Папір і матеріали	2 568,91	956,23	56,32	48,93
Виготовлення	2472,7	713,96	446,24	137,86
Пакування	172,64	23,00	0,00	0,00
Разом	7669,43	2920,95	732,1	393,89
Накладні витрати	1 000	500	100	100
Вартість 1 документа, грн.	7,67	5,84	7,32	3,94

Для розрахунку планованого економічного ефекту від впровадження застосуємо формулу, запропоновану Ж.-Ж. Ламбенем:

$$Q_1 = 2,024 * Q_{t-1}^{0,565} * S_1^{0,190} \quad (3.5),$$

де Q_t - планований приріст чистого прибутку за період t ,

Q_{i-1} - фактичний чистий прибуток за попередній період,

S_t - витрати на рекламу.

Підставимо дані чистого доходу від реалізації продукції підприємства за 2022 рік і плановані витрати на виготовлення рекламних матеріалів у запропоновану формулу.

$$Q_t = 2,024 * 399,1^{0,565} * 11,72^{0,190} = 34,236 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект витрат на виготовлення рекламних матеріалів складає 2,92 грн. на кожну гривню, витрачену на рекламу. Планований ріст річного чистого доходу від реалізації продукції складає 34,236 тис. грн. або 8,6%.

Також слід розробити заходи, щодо стимулювання лікарів медичних закладів до використання у своїй практиці пропонованих препаратів.

Слід розглянути можливість проведення рекламних компаній як для аптечних мереж та і для медичних закладів.

Крім того, слід розглянути можливість створення інтернет-сайту компанії.

Організаційний план

Реалізація даного бізнес-плану повинна здійснюватися на протязі року.

Перші два місяці – підписання контракту на поставку, вирішення логістичних питань, оформлення ліцензій.

Третій місяць – отримання товару і заключення договорів купівлі-продажу. В цей же термін здійснюються заходи по просуванню продукції на ринку.

Для здійснення господарської діяльності підприємство має в штаті 5 чоловік. В тому числі : керівники і спеціалісти – 2 чол., робітники - 3 чол. (у т.ч. 1 менеджер і 2 шофери).

Головний бухгалтер на підприємстві працює за сумісництвом.

Обов'язки менеджера з продажу визначаються самою діяльністю фірми та специфікою товару.

Основними обов'язками менеджера з продажу є:

1. Пошук контактів потенційних клієнтів.
2. Проведення переговорів з потенційними клієнтами.
3. Підготовка комерційних пропозицій.
4. Надання спеціальних умов і знижок.
5. Збір інформації про потреби клієнтів.
6. Забезпечення клієнтів рекламною продукцією.
7. Документальне оформлення угод.
8. Контроль виконання замовлення чи відвантаження.
9. Збір дебіторської заборгованості.
10. Вирішення проблемних питань.

Отже, робота менеджера полягає у пошуку та взаємодії з клієнтами, оформленні угод та контролі їх виконання для забезпечення ефективного продажу продукції компанії.

На підприємстві використовується погодинна оплата праці, розмір встановлюється відповідно до штатного розпису. Використовується система премій та заохочень у відповідності до результатів роботи.

Виробничий план.

Для здійснення господарської діяльності підприємство використовує власний офіс та складське приміщення, яке орендує. Сума орендної плати становить – 12500 грн/місяць.

Перевезення вантажу здійснюється власним транспортом.

Постачальником лікарських препаратів є «AFIST LIFESCIENCE PRIVATE LTD» (Делі, Індія).

Ціна постачальника та обсяги поставок препаратів наведена у табл.3.4. Розрахунок ціни здійснено з урахуванням наступного курсу валют 1 дол.США = 38,8 грн.

Таблиця 3.4 Ціна лікарських препаратів у постачальника та обсяги поставки

№з/п	Назва препарату	Ціна, (дол. USA/ грн.)	Обсяг поставки, шт	Вартість, тис.грн.
1	Левовфлоксацин	1 дол/38,8 грн	5000	194000
2	Азитроміцин	0,6 дол/23,28 грн	5000	116400
3	Амоксицилін	0,4 дол/15,52 грн	5000	77600
4	Мелоксикам	0,35 дол/13,58 грн	5000	67900
5	Аторвастатин	0,60 дол/23,28 грн	10000	232800
	Всього			688700

Витрати на отримання ліцензії становлять – 19400 грн.

Транспортування продукції здійснюється морським шляхом, як найдешевшим.

Логістичні послуги та митне оформлення здійснюється фірмою «UTES Logistics» (м.Київ). Транспортні витрати та митні послуги становлять – 87600 грн.

Адміністративні витрати та витрати на збутову діяльність складатимуть – 199034 грн.

Собівартість одиниці реалізованого препарату визначаємо за формулою:

Собівартість продукції = Змінні витрати+Постійні витрати

До змінних витрат належить вартість препарату у постачальника, до постійних – логістичні витрати, витрати та виробництво рекламної продукції, витрати на отримання ліцензії, адміністративні витрати та витрати на збут.

Розрахунок собівартості реалізованої продукції наведено у табл.3.5

Таблиця 3.5 – Калькуляція лікарських препаратів, грн.

№з/п	Статті калькуляції	Левофлоксацин	Азитроміцин	Амоксицилін	Мелоксикам	Аторвастатин
1.	Ціна постачальника	38,8	23,28	15,52	13,58	23,28
2.	Логістичні витрати	4,91	2,98	1,93	1,75	2,98
3.	Витрати на ліцензування	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
4.	Адміністративні витрати та витрати на збут	11,15	6,77	44,38	3,98	6,77
5.	Витрати на рекламний продукт	0,66	0,40	0,26	0,23	0,40
	Собівартість продукції	56,17	34,08	62,74	20,19	34,08

Визначаємо ціну на лікарські препарати за формулою:

$$\text{Ціна} = \text{Собівартість} + \text{Прибуток}$$

Ціна на препарат не повинна бути вищою за ціну найближчих конкурентів.

Для визначення ціни приймаємо норму прибутку на рівні 100%. Така норма обумовлена невизначеністю на ринку та нестабільністю національної валюти.

Встановлені ціни реалізації препаратів та загальний обсяг продажу наведено у табл.3.6.

Таблиця 3.6. - Ціна реалізації та обсяг продажу

№з/п	Назва препарату	Ціна реалізації, грн	Обсяг поставки, шт	Виручка від реалізації, тис.грн.	Ціна найближчих конкурентів (справочно)
1	Левовфлоксацин	112,34	5000	561700	156,14
2	Азитроміцин	68,16	5000	340800	81,0
3	Амоксицилін	125,48	5000	627400	135,0
4	Мелоксикам	40,38	5000	201900	61,50
5	Аторвастатин	68,16	10000	681600	82,0
	Всього			2413400	

Валовий прибуток від реалізації визначаємо за формулою:

$$\text{ВП} = \text{ВР} - \text{С.}$$

Де ВР – виручка від реалізації, грн

С – собівартість реалізованої продукції, грн

$$\text{ВП} = 2413400 - 1206700 = 1206700 \text{ грн}$$

Чистий прибуток:

$$\text{ЧП} = \text{ВП} - \text{Податок на прибуток}$$

$$\text{ЧП} = 1206700 - 362010 = 844690 \text{ грн.}$$

Рентабельність виробництва становитиме:

$$P = \text{ЧП} \times 100 / \text{С}$$

$$P = 844690 \times 100 / 1206700 = 71,2\%$$

Фінансовий план

Фінансовий план складено на основі прогнозних обсягів продажу.

Для здійснення бізнес-проекту по реалізації нових видів лікарських препаратів необхідні початкові інвестиції у розмірі 850 тис.грн. Джерелом фінансування проекту є власні кошти підприємства.

Реалізація проекту передбачається на протязі року. Тому дисконтування грошового потоку не проводиться.

Фінансовий план підприємства за проектом представлено у табл.3.7.

Розрахунки свідчать, що проект є рентабельним.

Термін окупності проекту становить:

$$\text{Ток} = 850 / 2247,4 = 0,4 \text{ року.}$$

Тобто, на п'ятий місяць здійснення проекту підприємство отримає прибуток. На рис.3.2. представлено динаміку витрат та чистого доходу від здійснення проекту.

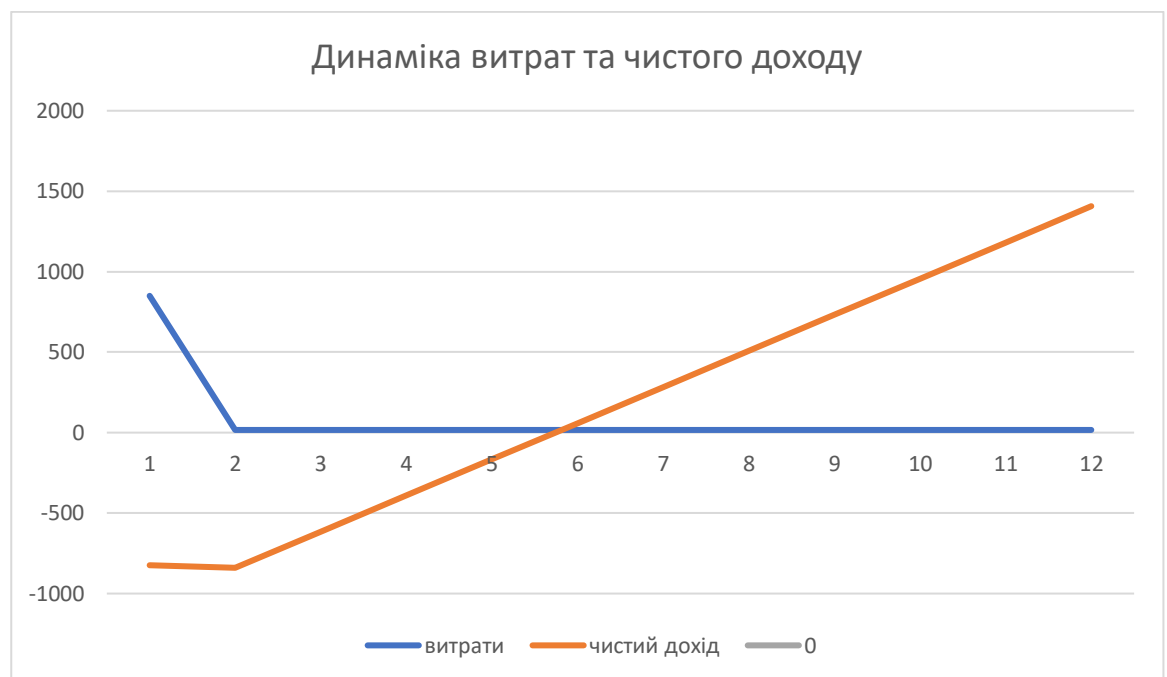


Рис.3.2. Динаміка витрат та чистого доходу за бізнес-проектом реалізації лікарських препаратів.

Аналіз ризиків

При реалізації даного проекту підприємство може зіткнутися з наступними ризиками:

- коливання валютного курсу, які впливають на вартість іноземних лікарських препаратів;
- зміни у законодавстві, що регулює продаж ліків;
- обмеженість фінансових ресурсів;
- жорстка конкуренція на ринку та інше.

Аналіз ризиків та заходи щодо їх запобігання представлено у табл.3.8.

Таблиця 3.7.Фінансовий план

	Рік / місяці											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Надходження, тис.грн:												
Власні кошти	850											
Виручка від реалізації			241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34
ВСЬОГО	850	-	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34
Витрати, тис.грн:												
Розрахунки з постачальниками	688,70											
Витрати на ліцензування	19,40											
Логістичні витрати	87,60											
Адміністративні витрати та витрати на збут	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60
Витрати на рекламну продукцію	11,72											
ВСЬОГО	824,02	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60
Валовий дохід			241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34	241,34
Чистий дохід	-824,02	-16,60	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74	224,74
Чистий дохід з наростанням	-824,02	- 840,62	-615,88	- 391,14	-166,40	58,34	283,08	507,82	732,56	957,30	1182,04	1406,78

Таблиця 3.8.Оцінка ризиків

№ з/п	Вид ризику	Ймовірність настання	Ступінь тяжкості наслідків	Заходи запобігання
1	Коливання валютного курсу	висока	висока	Встановлення норми прибутку, яка забезпечить підприємству запас фінансової стійкості. Робота з постійними постачальниками, можливість отримання знижок
2	Зміни у законодавстві	середня	середня	Підвищення юридичної грамотності керівництва та співробітників підприємства
3	Зменшення попиту	низька	висока	Гнучке ціноутворення, постійний контакт зі споживачами, використання маркетингових заходів стимулювання попиту, вихід на нові ринки збуту
4	Поява нових конкурентів	середня	середня	Розширення асортименту, ефективна цінова політика, збільшення долі ринку
5	Низька купівельна спроможність споживачів	середня	середня	Зниження витрат, зниження норми прибутку при ціноутворенні
6	Підвищення вартості оренди, логістичних витрат	середня	середня	Підписання довгострокового договору оренди з фіксованою платою, пошук нових логістичних компаній
7	Підвищення купівельної вартості	середня	висока	Укладання довгострокового договору з постійними постачальниками, постійний моніторинг ринку лікарських препаратів з метою вибору найбільш вигідного постачальника
8	Некомпетентність персоналу	середня	висока	Використання системи матеріального стимулювання персоналу
9	Надзвичайні ситуації	низька (в умовах воєнного стану – висока)	висока	Страховання товару, дотримання умов збереження товару та ТБ, встановлення систем пожежної та охоронної сигналізації

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні аспекти прибутку підприємства.

Прибуток підприємства є складною економічною категорією, що відображає суперечливі суспільні відносини щодо формування та використання частини суспільного продукту.

У сучасному світі прибуток розглядається з різних точок зору: правової, етичної, психологічної, макро- та мікроекономічної, фінансової тощо.

Прибуток є важливим соціально-економічним явищем фінансової сфери та ключовою фінансовою категорією. Він виконує функції фінансового забезпечення розвитку виробництва та суспільства, регулювання економічних і соціальних процесів, стимулювання результатів діяльності суб'єктів господарювання. Отже, прибуток є важливим чинником соціально-економічного розвитку.

У першому розділі роботи визначено сутність прибутку, його класифікація та основні фактори підвищення прибутковості діяльності підприємства.

У другому розділі здійснено аналіз результатів господарської діяльності ТОВ «S & D OVERSIS» за період 2021-2022 рр.

У своїй діяльності Товариство керується вимогами чинного законодавства України, Статутом, внутрішніми нормативними актами, а при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності - актами інших держав. Предметом діяльності є оптова та роздрібна торгівля медичним препаратами та ортопедичними засобами.

Короткостроковими завданнями підприємства на даному етапі є збільшення обсягів реалізації продукції. Ціновий сегмент – середній плюс.

Середньостроковими завданнями є розширення асортиментного ряду, вихід на нові ринки збуту (Грузія). Ціновий сегмент – середній плюс.

Довгострокові завдання включають організацію власного виробництва (фасування та пакування продукції), масову реалізацію продукції. Розширення асортиментного ряду.

У роботі проведено SWOT-аналіз підприємства та побудовано матрицю можливостей та загроз.

Результати аналізу свідчать, що за період, що аналізується діяльність підприємства була прибутковою. розмір прибутку за роками збільшився на 61,32 тис.грн. або на 18,2%.

Динаміка доходу від реалізації товарів за роками була наступною: у 2022 році він збільшився на 1708,82, тис.грн. (119,7%), порівняно з 2020 роком.

Чистий дохід від реалізації продукції збільшився в 2022 році порівняно з 2020 р. на 1423,29 тис.грн. (+19,7%). Середньооблікова чисельність штатних працівників в 2022 році зменшилась на 1 особу (на 16,7%).

Продуктивність праці зросла в 2022 році на 75,2%, а в порівнянні з 2021 роком – на 46,4%.

Середньорічна заробітна плата зростала зі 104,8 тис.грн. (середньомісячна 8733,3 грн.) до 185,33 тис.грн. (15444,2 грн.- середньомісячна).

Визначивши ймовірність банкрутства ТОВ “S & D OVERSIS” за декількома методиками, можна зробити висновок, що на даний час ймовірність банкрутства підприємства досить низька.

Виходячи з результату розрахунку, критичний обсяг продажу, після подолання якого бізнес почне приносити реальний прибуток є меншим за обсяги фактичної реалізації послуг підприємства.

Разом з тим рентабельність продажу, в порівнянні з 2020 роком зменшилась на 3,8 пункти. Відповідно і критичний розмір обсягу реалізації зменшився.

Згідно отриманих результатів розрахунку рентабельності та точки беззбитковості, можемо зробити висновок, що ТОВ “S & D OVERSIS” в 2022 році працювало ефективно.

Для оцінки діяльності по стратегічному плануванню на підприємстві з урахуванням відповідності зовнішньому і внутрішньому середовищу, конкурентної переваги і ефективності діяльності запропоновано запровадження інтегрального безрозмірного показника стратегічного планування, отриманого на основі побудови профілю стратегії розвитку підприємства по оцінних параметрах. Розроблено профіль стратегії розвитку підприємства.

Запропонована методика оцінки стратегічного планування на підприємстві дозволяє створити універсальний показник, за допомогою якого можна враховувати як фінансові, так і нефінансові критерії оцінки стратегії. Це інтегральний показник стратегічного планування. Важливою особливістю методики є можливість порівняти інтегральні показники стратегічного планування для кожної розробленої стратегії на підприємстві і на основі цього вибрати кращий із запропонованих варіантів. За наявності необхідної інформації можна порівняти стратегії підприємства із стратегіями його конкурентів.

У якості напрямків підвищення прибутковості діяльності підприємства розроблено проект бізнес-плану по розширенню асортименту лікарських препаратів.

Загальні інвестиції по проекту становлять 850 тис.грн. Фінансування здійснюється за рахунок власних коштів підприємства. Реалізація проекту передбачається на протязі року.

Розрахунки свідчать, що проект є рентабельним. Термін окупності інвестицій становить 5 місяців. Додатковий прибуток підприємство отримає у розмірі 2247,4 млн. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олексюк О.І., Дзюбенко Л.М. Прибутковість в управлінні результативністю діяльності сучасних компаній // Фінанси України. – 2006 № 12. – С. 101-111.
2. Черненко С., Семенишена Н. Економічна сутність категорії «прибуток» та проблеми його облікового відображення. Актуальні проблеми теорії і практики бухгалтерського обліку, аудиту, аналізу й оподаткування в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: Матеріали III Міжнародної науковопрактичної конференції. м. Кам'янець-Подільський. 2018. С.69-73.
3. Мардус Н. Ю., Мардус О.О. Формування поняття «прибуток» і визначення основних аспектів управління ним. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 28. Частина 1. 2018. С.132-135.
4. Кривицька О. Р. Сутність прибутку як економічної категорії: еволюційний підхід і сучасне бачення. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2011. №. 7. С. 82-86.
5. Онисько С. М., Лизак М. П. Дослідження економічної сутності категорії «прибуток». Економічний вісник. Випуск 1. 2020. С. 58-65.
6. Яренчак М. В., Баранник Л. Б. Сутність та еволюція економічної категорії «прибуток» в історії розвитку економічної думки. Інноваційна економіка: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. 8-9 червня 2018 року. Львів. С. 19-22.
7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Відомості Верховної ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/436-15> (дата звернення: 01.12.2023 р.).
8. Наказ Міністерства Фінансів України від 07.02.2013 № 73 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Міністерство

- фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 01.12.2021 р.).
9. Субботович Ю. Л. Прибуток у господарській діяльності підприємницьких структур. Фінанси України. №12. 1999. С. 39-47.
 10. Економічна енциклопедія: У трьох томах, т. 2 / за ред. С. В. Мочерний та ін. Київ: Вид. Центр «Академія». 2002. 952 с.
 11. Бугас В. В., Пашкович Р. В. Чинники впливу на прибутковість діяльності підприємства. Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної інтернет конференції (12 квітня 2018 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2018. С. 275-278.
 12. Павлишенко М.М. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці / М.М. Павлишенко, Л.А. Сивуля // Науковий вісник. – 2007. – С. 172-174.
 13. Веселова А.С. Прибуток підприємства в сучасних умовах / А.С. Веселова, Н. М. Дерев'янка // Економіка і управління: проблеми науки та практики. Зб. Матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 3-4 грудня 2012 р., м. Київ. – Дніпропетровськ: «Герда», 2012. – С. 159-160.
 14. Ширягіна О.Є. Значення прибутку у фінансово-господарській діяльності підприємств // Вісник Технологічного університету Поділля. Частина 2, том 1: Економічні науки. – Хмельницький, 2004. – С. 152-155.
 15. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Гаркуша О. О. // Автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук [Електронний ресурс]. – URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>
 16. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інвестиційному розвитку підприємств машинобудування. Економіст. 2008. № 3. С. 50-53.
 17. Суханова А. В., Гацанюк В. В. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення. Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки (24 - 25 листопада 2016р.): матеріали IV

міжнародної науково-практичної конференції. Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2016. С. 430-431.

18. Бершадська І. І., Макалюк І. В. Фактори та резерви підвищення прибутковості на підприємстві. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. Випуск 19. 2017. С. 159-166.
19. Герасимчук В. Г. Економіка та організація виробництва – В.Г. Герасимчук, А.Е. Розенплентер: Спец. 08.04.01 – фінанси, грошовий обіг і кредит: Дис... д-ра екон. наук. – Київ, 2000. – 404 с
20. Блонська В.І. Стратегічне управління прибутком підприємства / В.І. Блонська, А. Я. Нагірна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20.5. – С. 145-152.

ДОДАТКИ

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

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

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

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 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	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



Ім'я користувача:
Сисоліна Наталія

ID перевірки:
1016108445

Дата перевірки:
14.02.2024 23:06:19 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
14.02.2024 23:15:26 EET

ID користувача:
100005705

Назва документа: Кваліф_р-та_Винокурова_ЕОБ-22м1,4

Кількість сторінок: 100 Кількість слів: 12282 Кількість символів: 99599 Розмір файлу: 2.63 MB ID файлу: 1015832490

118 слів позначені як "вилучені" та не враховуються у підрахунку слів

Виявлено модифікації тексту (можуть впливати на відсоток схожості)

23.8%
Схожість

Найбільша схожість: 5.61% з Інтернет-джерелом (<https://proximaresearch.com/ua/ua/novini/pharmacy-sales-ua-2023>)

19.9% Джерела з Інтернету 806 Сторінка 102

5.73% Джерела з Бібліотеки 76 Сторінка 109

0.05% Цитат

Цитати 1 Сторінка 110

Не знайдено жодних посилань

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 11

Підозріле форматування 24 сторінки