

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Інститут Навчально-науковий інститут економіки і управління  
Кафедра економіки і права

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

\_\_\_\_\_ Шеремет О. О.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Заїнчковський А. О.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 051 «Економіка»  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ «Економіка підприємства»

на тему: «Оцінка та шляхи зростання результативності діяльності підприємства»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи 3-6 ск

\_\_\_\_\_ Чаклей Неля Тарасівна  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник \_\_\_\_\_ Іванюта Тетяна Миколаївна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_ Скригун Наталія Петрівна  
(прізвище та ініціали) (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній  
роботі немає запозичень із праць  
інших авторів без відповідних  
посилань.

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2021 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут Економіки і управління  
Кафедра Економіки і права  
Освітній ступінь Бакалавр  
Спеціальність 051 «Економіка»  
(шифр і назва)  
Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри економіки і права**

**Заїнчковський А. О.**

«19» жовтня 2020 року

## **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ**

Чаклей Неля Тарасівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Оцінка та шляхи зростання результативності діяльності підприємства.

керівник роботи к.е.н., доц. Іванюта Тетяна Миколаївна  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 19» жовтня 2020 року № 843-КС

2. Строк подання здобувачем роботи \_\_\_\_\_,

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, посібники, підручники, наукові статті відповідно до обраної теми, фінансова та статистична звітність за 2018-2019 роки ПрАТ «Оболонь», мережа Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ; Розділ 1. Теоретичні засади результативності діяльності підприємства 1.1. Поняття результативності діяльності підприємства; 1.2. Показники оцінки зростання результативності діяльності підприємства; 1.3. Шляхи зростання результативності діяльності підприємства; Розділ 2. Аналіз діяльності та оцінка результативності ПрАТ «Оболонь»; 2.1. Загальна характеристика діяльності ПрАТ «Оболонь»; 2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності; 2.3. Аналіз результативності фінансово-господарської діяльності підприємства; 2.4. Аналіз фінансового стану ПрАТ «Оболонь»; 2.5. SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь»; Розділ 3. Проблеми та шляхи зростання результативності діяльності підприємства; 3.1. Шляхи зростання результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»; 3.2. Застосування рекламної кампанії та CRM – система для підвищення результативності діяльності



## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Економіка підприємства» Національний університет харчових технологій, Київ, 2021.

Мета даної роботи полягає в тому, щоб на основі доступної літератури проаналізувати та довести актуальність підвищення результативності діяльності підприємства. Оцінити результативність діяльності підприємства та надати основні рекомендації щодо його підвищення та розрахувати економічний ефект від запропонованих заходів.

У першому розділі досліджено теоретичні основи результативності діяльності підприємства та шляхів його зростання.

У другому розділі проаналізовано основні техніко-економічні показники та показники фінансового стану ПрАТ «Оболонь», зокрема результативність підприємства та шляхи підвищення.

У третьому розділі запропоновано заходи щодо підвищення результативності діяльності підприємства шляхом запровадження рекламної кампанії та оновлення CRM – системи.

*Ключові слова:* результативність підприємства, підвищення ефективності, шляхи зростання результативності.

## SUMMARY

Thesis for the degree of Bachelor's in specialty 051 "Economics", educational and professional program "Business Economics" National University of Food Technology, Kyiv, 2021.

The purpose of this work is to analyze and prove the relevance of improving the efficiency of the enterprise on the basis of available literature. Evaluate the effectiveness of the enterprise, provide basic recommendations for its improvement, and calculate the economic effect of the proposed measures.

In the first section, the theoretical bases of efficiency of activity of the enterprise and ways of its growth are investigated.

The second section analyzes the main technical and economic indicators and indicators of the financial condition of PJSC "Obolon", in particular the effectiveness of the enterprise and ways to improve.

The third section proposes measures to increase the efficiency of the enterprise by introducing an advertising campaign and updating the CRM system.

Key words: efficiency of the enterprise, increase of efficiency, ways of growth of efficiency.

## АННОТАЦИЯ

Квалификационная работа на получение образовательного степени «бакалавр» по специальности 051 «Экономика», образовательно-профессиональной программы «Экономика предприятия» Национальный университет пищевых технологий, Киев, 2021.

Цель данной работы заключается в том, чтобы на основе доступной литературы проанализировать и доказать актуальность повышения результативности деятельности предприятия. Оценить результативность деятельности предприятия и предоставить основные рекомендации по его повышению и рассчитать экономический эффект от предложенных мероприятий.

В первой главе исследованы теоретические основы результативности деятельности предприятия и путей его роста.

Во втором разделе проанализированы основные технико-экономические показатели и показатели финансового состояния ЗАО «Оболонь», в частности результативность предприятия и пути повышения.

В третьем разделе предложены меры по повышению результативности деятельности предприятия путем внедрения рекламной кампании и обновление CRM - системы.

Ключевые слова: результативность предприятия, повышение эффективности, пути роста результативности.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....</b>	<b>5</b>
1.1. Поняття результативності діяльності підприємства .....	5
1.2. Показники оцінки зростання результативності діяльності підприємства.....	13
1.3. Шляхи зростання результативності діяльності підприємства .....	22
Висновок до розділу 1.....	31
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ».....</b>	<b>32</b>
2.1. Загальна характеристика діяльності ПрАТ «Оболонь» .....	32
2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності .....	43
2.3. Аналіз результативності фінансово-господарської діяльності підприємства.....	49
2.4. Аналіз фінансового стану ПрАТ «Оболонь».....	52
2.5. SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь».....	56
Висновок до розділу 2.....	59
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>60</b>
3.1. Шляхи зростання результативності діяльності ПрАТ «Оболонь».....	60
3.2. Застосування рекламної кампанії та CRM – система для підвищення результативності діяльності підприємства.....	63
3.3. Оцінка результативності діяльності підприємства після впровадження заходів.....	70
Висновок до розділу 3.....	72
<b>ВИСНОВОК.....</b>	<b>73</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>76</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>81</b>

## ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний стан та тенденції розвитку економіки України призводять до необхідності пошуку нових підходів зростання результативності діяльності підприємства. Конкуренція, що сьогодні є основною умовою ринкової економіки, висуває підприємствам нові завдання, одними з яких є досягнення максимально можливого ступеня використання наявних у розпорядженні підприємства ресурсів та досягнення синергетичного ефекту від розвитку всіх аспектів діяльності.

Важливість оцінки результативності діяльності підприємства полягає в тому, що виявлення якісних та кількісних параметрів, а також пошук шляхів зростання результативності дозволяє підприємству виходити на нові ринки збуту, удосконалювати діяльність та приймати ґрунтовні рішення щодо розвитку.

Зростання результативності є одним із основних завдань керівництва, яке включає в себе удосконалення всіх показників діяльності підприємства. Актуальність дослідження зростання результативності та його економічне обґрунтування має місце в будь-який час, адже тільки при постійному розвитку можна стати лідером у вибраних сегментах діяльності.

Проблемам оцінки та пошуку шляхів зростання результативності підприємства були присвячені праці таких економістів: Говорущо Т. А. [15], Савицька О. М., Салабай В. О. [50], Клинько Т. С. [27], Шляга О. В. [59], Герасимчук В. Г. [13], Хрущ Н.А., Доценко В.В. [56].

Перелічені економісти зробили великий внесок досліджуючи зростання результативності підприємства, проте враховуючи вагомість даної проблеми для підприємства, доцільно додатково дослідити результативність підприємства та шляхи до його зростання в сучасних умовах господарювання.

Метою дослідження є оцінка результативності підприємства та шляхи його зростання в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети було вирішено ряд завдань:

- 1) визначити економічну суть результативності підприємства;

- 2) охарактеризувати зміст та теоретичні засади зростання результативності діяльності підприємства;
- 3) розкрити сучасні шляхи зростання результативності підприємства;
- 4) дослідити фінансово-економічний стан ПрАТ «Оболонь»;
- 5) здійснити оцінку сильних і слабких сторін, можливостей і загроз компанії;
- 6) обґрунтувати напрями удосконалення результативності підприємства;
- 7) розрахувати економічну доцільність запропонованих заходів щодо підвищення результативності діяльності підприємства;
- 8) визначити вплив запропонованих заходів на фінансові показники діяльності ПрАТ «Оболонь».

Об'єктом дослідження є оцінка та шляхи зростання результативності діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь».

Предметом дослідження є процес оцінки та шляхів зростання результативності діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь».

Методами дослідження використаними в даній роботі є аналіз, синтез, узагальнення та систематизація науково-методичної літератури, які дозволили аргументувати теоретичні основи зростання результативності діяльності підприємства ПрАТ «Оболонь». Спостереження, збір фактів, порівняння, описовий метод, групування, класифікація, узагальнення дали змогу оцінити рівень економічного потенціалу та шляхи його підвищення.

Теоретичною та методологічною базою дослідження стали правові та законодавчі документи України, публікації вітчизняних та закордонних вчених, наукові статті та звітність підприємства.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Поняття результативності діяльності підприємства

Економічна результативність господарської діяльності підприємства вважається однією з найбільш важливих категорій економічної науки та ключовим елементом господарської практики. Вона розглядає сукупність загальних, стійких і суттєвих зв'язків та взаємовідносин щодо результатів діяльності підприємства на ринку та відповідно витрат, які підприємство понесло під час виробництва.

Результативність, як економічна категорія надає змогу провести якісно-кількісну оцінку результатів господарювання. Вона займає одну з головних позицій в усіх процесах діяльності підприємства та його фазах: виробництві, розподілі, обміні та споживанні, виражаючись у діяльності будь-якої ланки на всіх рівнях, від окремої фірми до цілої галузі і економіки в цілому [1, с. 108].

Зміст та розвиток поняття «результативність» поступово зазнає змін та ускладняється в процесі свого розвитку. Воно включає в себе не тільки ті економічні параметри, що відображають економічність виробництва через співвідношення витрат і обсягу випуску, а й різного роду взаємовідносини із зовнішнім середовищем.

Під час виробництва відбувається свідоме і планомірне комбінування різноманітних виробничих ресурсів (матеріальних, трудових, технічних, технологічних, організаційних) і створення нових продуктів. Для економічного розвитку як окремих підприємств, так і економіки держави в цілому необхідно, щоб процес виготовлення продукції був ефективним, тобто відбувався при оптимальних витратах виробничих ресурсів, мінімальних витратах та максимальній прибутковості виробництва [2, с. 153].

Поняття «ефективність» є ключовим в економіці, тому що при ухваленні індивідуальних і соціальних рішень, йому приділяють особливу увагу.

Важлива роль категорії «ефективність» в економічній і організаційній науці та практиці вимагає підвищеної уваги з боку її тлумачення та осмислення. Лише при умові чіткого розуміння поняття «ефективності», його можна використовувати та застосовувати при прийнятті управлінських рішень, для досягнення успіху в операційній діяльності підприємства [3, с. 145].

Багато авторів ототожнюють поняття ефекту та результату, що призводить до змішування сутності двох понять «ефективність» та «результативність». Дані поняття ототожнити недоцільно, оскільки перша категорія виражає собою дійсну сукупність властивостей та параметрів підприємства, які виражають якість його роботи, економічність використання ресурсів, раціональність організації технологій виготовлення продукції, повноту використання обладнання та робочого часу, продуктивності праці тощо. У цей же час під результативністю розуміють корисність (доцільність) діяльності підприємства. Тобто конкретні результати, що задовольняють потреби.

Зіставлення понять «ефективність» і «результативність» отримало широкого розголосу і в наукових колах. Так, В. С. Тікін, в роботі «Ефективність – не коефіцієнт» пропонує чітко розмежувати ці категорії. Обґрунтовуючи свою точку зору, він посилається на відомого американського економіста Пола Хейне, який вважав, що ефективність і економічність характеризують «результативність» використання засобів для досягнення цілей. «... Отримувати якнайбільше з доступних нам обмежених ресурсів ось що ми маємо на увазі під ефективністю і економічністю» [6, с. 94].

Таким чином, ефективність розглядається, як більш ширше поняття, ніж результативність. Такої ж думки дотримується Швець В.С. [57, с. 4], який приходить до цього висновку, ґрунтуючись на висловлюваннях загальноновизнаного фахівця в галузі якості Пітера Друкера. Друкер відзначає смислову відмінність цих термінів: «результативність» (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doing the right things), а «ефективність» (efficiency) –

«робити речі правильно» (doing things right). Подібне розділення він виводить з різного написання і вимови однокорених слів.

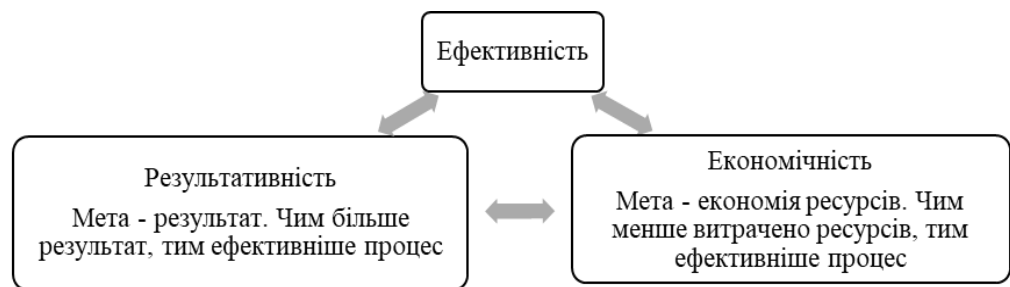
В основному оцінювання ефективності зводиться до оцінювання діяльності підприємства. Так, на основі зарубіжного досвіду оцінки ефективності діяльності підприємств, можна використати методику «Концепція трьох «Е» (economy, efficiency and effectiveness) – модель економічності, ефективності та результативності діяльності, яка і є рушійною силою ефективного функціонування вітчизняних підприємств на ринку.

1. Економічність (economy) – означає використання належної кількості ресурсів відповідної якості у належний час, у необхідному місці, за розумну ціну – тобто правильне витрачання.

2. Ефективність (efficiency) – співвідношення між продуктом у вигляді наданих товарів (послуг) та ресурсами, використаними на їх створення.

3. Результативність (effectiveness) – ступінь відповідності досягнутих результатів поставленій меті, погодження використаних засобів і результатів з поставленою метою [8, с. 32–33].

Наочно взаємозв'язок понять «ефективність – результативність – економічність» представлена на рис. 1.1.



**Рис. 1.1. Взаємозв'язок понять «ефективність» – «результативність» – «економічність»** (Джерело: сформовано автором на основі [9, с. 35])

Тому, можна зробити висновок, що «результативність» – перетворена форма «ефективності». У тому випадку, коли необхідно оцінити ступінь досягнення результату, ефективність приймає форму «результативності», тоді ж, коли мова йде про мінімізацію використовуваних ресурсів, можна говорити про

«економічність». Виходячи з вище зазначеного, можна виділити ряд особливостей результативності як економічної категорії:

- результативність господарської діяльності підприємства характеризується низкою фінансових показників (прибутком, рентабельністю), при аналізі яких потрібно орієнтуватися на довгострокову перспективу розвитку організації;

- в сучасних умовах господарювання, оцінюючи результативність діяльності підприємства, необхідно враховувати, що вона повинна бути як мінімум не нижче ефективності діяльності інших учасників ринку;

- з огляду на високий рівень конкуренції, в умовах якої підприємства змушені вести свою діяльність, просто необхідне впровадження системи оцінки ефективності та проведення різного роду заходів щодо її підвищення.

В умовах ринкових відносин підприємство повинне прагнути до отримання максимального обсягу прибутку, що дозволить підприємству не тільки міцно утримувати позиції збуту на ринку своєї продукції, а й забезпечувати динамічний розвиток його виробництва в умовах конкуренції.

Прибуток може виступати в ролі кінцевого результату діяльності підприємства, адже саме тому вони і існують (виключення служать тільки некомерційні підприємства). Прибуток розраховується тоді, коли були підраховані всі доходи і витрати підприємства за напрямками. Таким чином, якщо зменшити суму доходів на суму витрат, то можна отримати чистий прибуток підприємства [3].

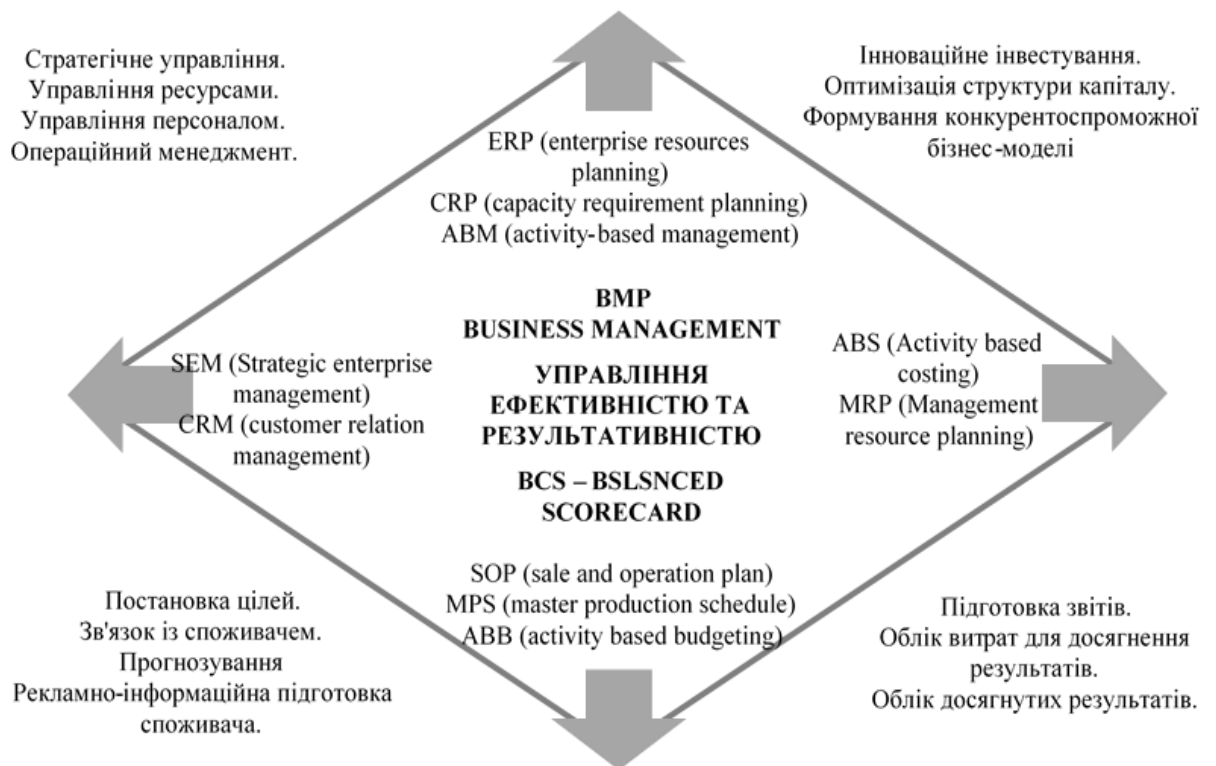
Також, прибуток – це вираз в грошовому еквіваленті основної частини грошових накопичень, створюваних підприємством будь-якої форми власності.

Прибуток завжди повно і наочно відображає фінансовий результат підприємницької діяльності, забезпечує фінансовими ресурсами, соціально-економічного розвитку підприємства, є ключем для працівників підприємницької діяльності у вигляді матеріального заохочення і базою для розрахунків показників інвестиційної привабливості підприємства, а також є

джерелом формування доходів державного бюджету і в цій якості погоджує інтереси держави і підприємницьких структур .

Сутність результативності господарської діяльності підприємства можна також розглянути через призму організаційно-економічного механізму забезпечення результативності такої діяльності. В системі управління ефективністю діяльності підприємства традиційно оперують чотири групи показників (фінансові, облікові (витратні), ринкові, управлінські) і на основі цих чотирьох груп аналітичних індикаторів відображають тенденції розвитку та забезпечення результативності діяльності підприємства [14].

Достатньо показовим механізмом у цьому плані є технологія управління ефективністю (Business Performance Management – BPM), яка розвивалася на базі систем управління ресурсами компанії (ERP-систем). До своєї структури BPM включає стратегічне управління, фінансовий та операційний менеджмент, консолідовану звітність, моделювання, аналіз і моніторинг ключових показників ефективності (рис. 1.2) [4].



**Рис.1.2. Організаційно-економічний механізм управління результативністю підприємства (Джерело: сформовано автором на основі [4]).**

За своєю суттю ВРМ – це сукупність інтегрованих циклічних процесів управління та аналізу, а також відповідних технологій, які належать до фінансової й операційної діяльності компанії. ВРМ орієнтована на визначення стратегічних цілей підприємства з наступною оцінкою ефективності їх досягнення, а також управління процесом досягнення стратегічних цілей.

Для того, щоб охарактеризувати наслідки фінансово-господарської організації і розглянути її сильні і слабкі сторони, потрібно утворити показники, причому таким чином, щоб виразити причинно-наслідкові зв'язки, що позначаються на фінансовий стан і його елементи.

Дієвість (результативність) впровадження на підприємстві такого типу організаційно-економічного механізму управління, який базується на основі системи збалансованих показників (Balanced Scorecard – BSC) доведена Р. Капланом і Д. Нортонем.

Ураховуючи, що методика BSC за своєю суттю є методикою контролю досягнення цілей, то можна підтримати науковців щодо можливостей використання «системи збалансованих показників як інструменту управління ефективністю підприємства, оскільки її методика містить у собі набір критеріїв ефективності діяльності» [16].

Вважається, що BSC фактично перетворює систему вимірювання ефективності в систему управління з прямим зв'язком, оскільки інтегрує різні проєкції в діяльності підприємства (бізнес-процеси, його фінансовий стан і фінансові результати, оцінку підприємства клієнтами, розвиток та навчання персоналу). Найбільш очевидною перевагою цієї системи вважається те, що вона тісно пов'язана з бізнес-процесами, які спрямовані на задоволення потреб клієнтів, що залежить від діяльності всіх співробітників підприємства.

Слід також наголосити, що концептуальні і базові засади методик інструментів типу «система збалансованих показників» дозволяють адаптувати вхідні параметри критеріїв ефективності до галузевої специфіки підприємства з метою встановлення інтегральної оцінки ефективності його функціонування.

Під час здійснення контролю ефективності діяльності підприємства необхідно постійно аналізувати показники фінансово-господарської діяльності, визначати місце підприємства на ринку та шукати можливості для його подальшого розвитку з урахуванням усіх факторів впливу.

Залежно від спрямованості дії всі фактори можна об'єднати у дві групи, а саме позитивні й негативні. Позитивні – це такі фактори, вплив яких покращує показники діяльності підприємства, а негативні – навпаки. Залежно від місця виникнення всі фактори можна класифікувати на внутрішні й зовнішні, де внутрішні фактори (внутрішнє середовище) залежать від діяльності самого підприємства, тобто саме підприємство їх породжує. Зовнішні ж в свою чергу поділяються на прямого та непрямого впливу і залежать від оточуючого середовища компанії: вплив держави, діяльність конкурентів, міжнародні події тощо.

Проте результативність діяльності підприємства базується на ефективному формуванні, поєднанні та використанні ресурсів, що є у розпорядженні підприємства. Тому результативний ресурсний менеджмент є запорукою досягнення стратегічних намірів, реалізації довгострокових стратегічних програм розвитку, перспективним напрямом забезпечення результативності діяльності та інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств [17].

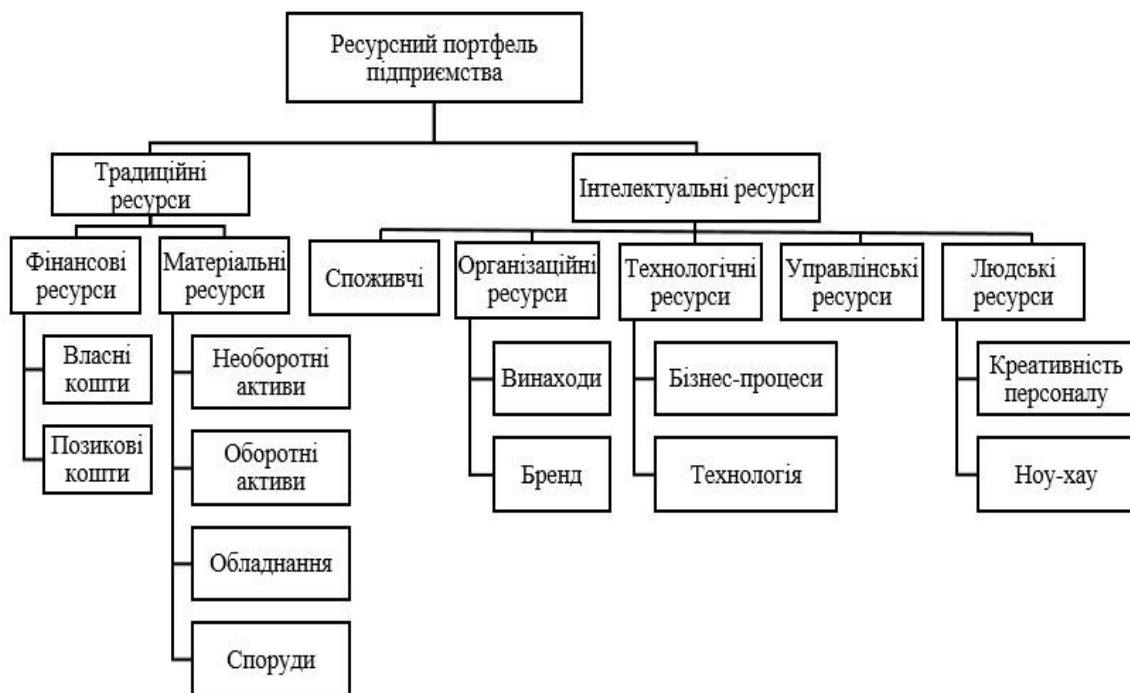
Основною метою результативності організації є розробка і прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на стійке зростання її фінансових результатів і пошук шляхів підвищення ефективності діяльності.

Рівень прибутковості характеризується аналізом абсолютних і відносних показників. Абсолютним показником є прибуток. За рахунок нього підприємство може збільшити фонд оплати праці, розширювати і нарощувати обороти виробництва, фінансувати інші напрямки діяльності тощо.

У загальному вигляді прибуток визначається як різниця між вартістю реалізації продукції і її собівартістю (сумою всіх витрат, витрачених на

виготовлення цієї продукції). Після абсолютних показників прибутковості аналізуємо показники відносні – рентабельності (показники економічної ефективності діяльності підприємства).

Для підтвердження наукових думок, щодо спроби висвітлення сутності та важливості формування ресурсного портфеля підприємства, як ключового фактору результативності господарської діяльності, слід схематично побудувати ресурсний портфель, що забезпечує його функціонування (рис. 1.3).



**Рис. 1.3. Ресурсний портфель підприємства, що забезпечує ефективну діяльність підприємства (Джерело: сформовано автором на основі [18])**

Відмітимо, що у процесі ефективної діяльності підприємства ціннісними та найвагомішими ресурсами виступають матеріальні та інтелектуальні ресурси, зокрема категорія організаційних ресурсів. Відповідна тенденція пояснюється бурхливим розвитком ринкового середовища та враховуючи світовий досвід даний вид ресурсів – є запорукою довгострокового успіху за рахунок формування конкурентних переваг.

Також наявність стратегічних ресурсів визначає стійкість компанії у динамічному ринковому середовищі. У процесі формування та підтримки високого рівня економічної ефективності підприємства акцент необхідно

здійснювати не лише на ефективності використання ресурсів, а й на виявленні їх нових елементів і комбінацій як джерел економічних рент і конкурентних переваг. Також, для формування економічної ефективності підприємства важливе значення має принцип випереджаючого створення та розвитку унікальних видів ресурсних комбінацій, які недоступні конкурентам у певний період часу [18].

Таким чином, результативність господарської діяльності підприємства – це властивість і здатність підприємства формулювати і досягати своїх цілей з урахуванням впливу зовнішніх чинників і використання внутрішніх умов функціонування, використовуючи всі наявні ресурси та засоби, орієнтуючись на розв'язання соціальних, екологічних, бюджетних та інших проблем як суспільства, так і підприємства за встановленого співвідношення витрат і результатів.

## **1.2. Показники оцінки зростання результативності діяльності підприємства**

Проблема визначення економічної результативності діяльності підприємства пов'язана з визначенням відповідного критерію ефективності і формуванням системи показників. Визначення загальної результативності діяльності підприємства вимагає врахування багатьох чинників. Можна розробити показники результативності використання для кожного виду ресурсів або спільно для всіх ресурсів [33]. Розраховані показники порівнюються з показниками за попередній період, який називають базовим, або із її новим значенням дохідності капіталу на ринку.

Оцінка результативності проводиться з певною метою (оцінка розвитку бізнесу, оцінка доцільності інвестування капіталу) для конкретних споживачів такої інформації (власники підприємства, менеджери, інший персонал), на певному рівні в межах підприємства (можна оцінювати результативність

діяльності підприємства в цілому, а можна - результативність використання окремих груп його активів), на підприємствах різних розмірів та організаційно-правових форм, публічних (цінні папери яких обертаються на ринку) і непублічних.

Система показників оцінки економічної ефективності діяльності підприємства включає кілька груп показників [3]:

1) узагальнюючі показники ефективності діяльності (рівень задоволення потреб ринку, виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва, народногосподарський ефект від використання одиниці продукції);

2) показники ефективності використання праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці, частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу);

3) показники ефективності використання основних виробничих засобів (фондовіддача основних засобів, фондомісткість продукції, рентабельність основних засобів, фондовіддача активної частини основних засобів);

4) показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення корисних компонентів із сировини);

5) показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності обігових коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення обігових коштів, питомі капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, строк окупності інвестицій);

б) показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам, тощо).

Кількісне вираження підвищення ефективності відображається через систему показників виробництва (рисунок 1.2)



**Рисунок 1.2. Показники економічної ефективності** (Джерело: сформовано автором на основі [3])

Формування системи показників ефективності господарської діяльності підприємства має:

- створювати передумови для виявлення резервів росту ефективності;
- відображати витрати всіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві;
- стимулювати використання всіх резервів, наявних на підприємстві;
- виконувати критеріальну функцію.

Прибуток – різниця між доходами і витратами організації. Доходи можуть виражатися в грошовому чи товарному еквіваленті. Це виручка від продажу товарів або надання різних послуг.

У витрати входять вартість товарів, оплата праці персоналу, податки, оренда приміщень, оплата за комунальні послуги і т.д. Інакше поняття «прибуток» можна визначити, як кількість коштів, отриманих після підприємницької діяльності за певний час з урахуванням всіх витрат.

У системі показників ефективності господарської діяльності суб'єкта господарювання можна виділити такі групи показників:

- ефективності використання основних засобів (табл. 1.2)
- ефективності використання оборотних коштів (табл. 1.3)
- ефективності використання трудових ресурсів (табл.1.4)
- узагальнюючі показники ефективності господарської діяльності (табл. 1.1)

Таблиця 1.1

### Показники результативності використання основних засобів

Назва	Характеристика показника	Формула
1	2	3
Фондовіддача	Виражає ефективність використання засобів праці, тобто показує скільки виробляється готової продукції на одиницю основних виробничих засобів	$\Phi В = \frac{ВП}{\overline{ОЗ}}$
Фондомісткість	Характеризує вартість основних виробничих засобів, яка припадає на одиницю вартості валової (товарної) продукції	$\Phi М = \frac{\overline{ОЗ}}{ВП}$
Рентабельність основних засобів	Характеризує рівень ефективності використання основних засобів	$Р\Phi = \frac{\Pi}{\overline{ОЗ}}$
Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання	Визначається відношенням фактичної продуктивності основного технологічного устаткування до його нормативної продуктивності	$K_{інт} = \frac{ВП}{\Pi_{обл}}$
Коефіцієнт змінності обладнання	Показує, скільки змін працює обладнання	$K_z = \frac{K_{ст. зм.}}{n}$

Джерело: складено автором на основі [13]

Де ВП – обсяг реалізованої продукції за рік; ОЗ – середньорічна вартість основних засобів; П – прибуток, одержаний за певний період;  $\Pi_{обл}$  – виробнича потужність обладнання у відповідних показниках;  $K_{ст.зм.}$  – кількість відпрацьованих верстато-змін; n- кількість одиниць обладнання.

Безперервність процесу виробничої та комерційної роботи потребує стабільного інвестування коштів у ці елементи для здійснення розширеного їхнього відтворення.

На відміну від основних виробничих засоби оборотні засоби використовуються в одному виробничому циклі і їхня вартість повністю переноситься на вартість виготовленої продукції.

При цьому одна їхня частина в речовій формі входить у створений продукт і набирає товарної форми, в якій її буде використано споживачем. Інша частина також повністю споживається в процесі виробництва, але, втрачаючи свою споживну вартість, у речовій формі в продукт праці не входить (паливо).

Запаси предметів праці видаються, з одного боку, як сукупність матеріальних цінностей, з іншого - як втілення затрат суспільної праці у вартості засобів: оборотних, виробничих і засобів обігу.

Таблиця 1.2

**Показники результативності використання оборотних коштів**

<b>Назва</b>	<b>Характеристика показника</b>	<b>Формула</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Коефіцієнт оборотності	Показник ефективності використання оборотних коштів. Характеризує кількість оборотів оборотних засобів за рік	$K_{об} = \frac{ВП}{ОК}$
Коефіцієнт завантаження	Показник, обернений до коефіцієнта оборотності, який показує, скільки оборотних коштів припадає на 1 грн реалізованої продукції	$K_{зав} = \frac{ОК}{ВП}$
Тривалість обороту	Тривалість одного обороту характеризує швидкість обертання. Швидкість обертання характеризує ефективність їх використання	$T_{об} = \frac{Д}{K_{об}}$
Рентабельність оборотних коштів	відношення чистого прибутку (П) до середньорічної вартості основного капіталу (Коб) і виражається в процентах.	$P_{\phi} = \frac{П}{ОК}$

Джерело: складено автором на основі [13]

Де ОК – середні залишки оборотних коштів; Д – кількість днів у періоді;  
 $K_{об}$  – коефіцієнт оборотності.

Трудові ресурси компанії - це існуючі сьогодні та потенційні трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства. Сюди

входять можливості та вміння працівників, які на сьогодні можуть не використовуватися на фірмі, але в перспективі можуть бути залучені для справи.

Людський ресурс на сучасному етапі використовується в більшій мірі як можливість генерувати нові унікальні ідеї та вчасно реагувати на тенденції, які щороку змінюються. Проте, багато аспектів конкретного виробництва використовують людину для безпосереднього виробітку продукції. Розглянути показники результативності використання трудових ресурсів можна в таблиці 1.3.:

Таблиця 1.3

### Показники результативності використання трудових ресурсів

Назва	Характеристика показника	Формула
1	2	3
Виробіток	Характеризує кількість продукції, виробленої в одиницю часу або на одного працівника	$ПП = \frac{ВП}{ЖП}$
Трудомісткість продукції	Характеризує затрати робочого часу на виробництві одиниці або всього обсягу виготовленої продукції	$ТП = \frac{ЖП}{ВП}$
Фондоозброєність	Вартість основних виробничих засобів, що припадає на одного працівника	$\Phi_o = \frac{ОЗ}{СЧП}$
Зарплатомісткість продукції	Визначає, скільки гривень заробітної плати припадає на 1 гривню виготовленої продукції	$З_m = \frac{\Phi_{оп}}{ВП}$

Джерело: складено автором на основі [13]

Де ЖП – витрати живої праці, що відображаються кількістю відпрацьованих людино-годин; СЧП – середньооблікова чисельність працівників за певний період; Фоп – фонд оплати праці.

Важливим є наявність у підприємства механізмів, що перетворюють зростання його вартості в грошовий капітал – прибуток, що створює умова циклічності розвитку та можливості для розширення інвестиційної діяльності як у рамках підприємства, так і в рамках супутньої діяльності, створення дочірніх і спільних підприємств.

Капітальні вкладення являють собою не тільки здатність відтворити виробничу потужність, а й можливість залучити інвестиції в підприємство.

Таблиця 1.4

## Показники результативності використання капітальних вкладень

Назва	Характеристика показника	Формула
1	2	3
Коефіцієнт ефективності капітальних вкладень	Визначає абсолютну ефективність інвестицій	$E_p = \frac{\Delta\Pi}{KB}$
Термін окупності капітальних вкладень	Період часу в роках, за який побудоване чи реконструйоване підприємство забезпечує накопичення прибутку в розмірах, що дорівнюють здійсненню капітальним вкладенням	$T_{ок} = \frac{KB}{\Delta\Pi}$
Приведені витрати	Дорівнює сумі поточних витрат на одиницю продукції за і-м варіантом ( $C_i$ ) та добутку нормативного коефіцієнта ефективності ( $E_n$ ) та питомих (на одиницю продукції) капітальних вкладень за і-м варіантом. Найкращим буде варіант з мінімальним значенням приведених витрат	$z_i = C_i + E_n K_i \rightarrow \min$

Джерело: складено автором на основі [13]

Де  $\Delta\Pi$  – щорічний приріст прибутку від здійснення капітальних вкладень;  
 $KB$  – сума капітальних вкладень.

Результативність діяльності підприємства не можна оцінити тільки за допомогою абсолютних величин, тому використовуються відносні показники рентабельності, що дають можливість порівняти отримані результати.

Рентабельність – економічна ефективність підприємства. Вона найчастіше виражається у відсотках і показує ступінь доцільності використання грошових і матеріальних ресурсів. Іншими словами, рентабельність визначає який відсоток прибутку від одиниці вкладених коштів отримує підприємство в тиждень, місяць, квартал, рік і т.д [2].

Рентабельність – це показник, який відображає ефективність підприємства і відображає прибутковість використання капіталу підприємства. Оцінка

рентабельності дає можливість виявити слабкі і сильні сторони бізнесу на етапі створення організації.

Рентабельність виявляється у функціях:

- облікова функція, являє собою фіксування кінцевих результатів підприємства;
- оціночна функція, дозволяє порівнювати фактичні значення прибутку з витратами ціни до доходу;
- стимулююча функція, дозволяє підприємству успішно протистояти негативним змінам в економічній сфері;
- функція винагороди, надає можливість отримати бонуси, які пов'язані зі збільшенням вартості вкладеного капіталу [10].

Метою будь-якого підприємства в рамках ринкової економіки отримання рентабельності, здатної забезпечити її подальший розвиток.

Рентабельність складається з двох елементів з точки зору бухгалтерського обліку. Першим елементом є дохід від звичайної господарської діяльності підприємства. При цьому на величину рентабельності від господарської діяльності впливає відповідна методика обчислення витрат, витрат на утримання персоналу, оцінки вартості основних засобів, запасів.

Під другим елементом розуміється потенційна рентабельність. Різновидом потенційного доходу є надзвичайний дохід, який складається з доходу від реалізації активів, безнадійних фінансових зобов'язань, використання сум від прискореної амортизації [10].

Щоб оцінити результати фінансово-господарської організації і проаналізувати її сильні і слабкі сторони, необхідно синтезувати показники, причому таким чином, щоб виявити причинно-наслідкові зв'язки, що впливають на фінансовий стан і його елементи.

Для аналізу підприємства потрібно визначати основні показники діяльності в динаміці, щоб прогнозувати зміну певних залежних факторів від чинників, що впливають на результативність. Основні узагальнюючі показники результативності діяльності підприємства можна розглянути в табл. 1.5:

Таблиця 1.5

## Узагальнюючі показники результативності діяльності підприємства

Назва	Характеристика показника	Формула
1	2	3
Норма прибутковості	Характеризує величину чистого прибутку, що приходить на одиницю інвестиційних вкладень	$H_{\text{пр}} = \frac{\text{П}}{\text{ОЗ} + \text{ОК}}$
Рентабельність продукції	Характеризує ефективність витрат на виробництво продукції	$P_{\text{прод}} = \frac{\text{П}}{\text{С}}$
Рівень рентабельності активів	Характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства, визначається відношенням чистого прибутку до середньої суми активів балансу підприємства .	$P_a = \frac{\text{П}}{\text{А}}$
Рівень рентабельності власного капіталу	Відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів, визначається відношенням чистого прибутку до суми власного капіталу.	$P_{\text{вк}} = \frac{\text{П}}{\text{ВК}}$
Рівень рентабельності інвестиційного капіталу	Тобто капіталу, який використовується на підприємстві, визначається відношенням прибутку до суми власного капіталу та довгострокових зобов'язань.	$P_{\text{ік}} = \frac{\text{П}}{\text{ВК} + \text{ДЗ}}$
Рівень рентабельності продажу	визначається відношенням прибутку до чистого доходу від реалізації продукції.	$P_{\text{продаж}} = \frac{\text{П}}{\text{ЧД}}$
Коефіцієнт ефективності застосування ресурсів	Характеризує рівень поточних витрат на виробництво	$K_{\text{еф}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{Ч}_{\text{пр}} + (\text{ОЗ} + \text{ОК})}$

Джерело: складено автором на основі [13]

Де ОЗ – середньорічна вартість основних засобів; ОК – середні залишки оборотних коштів; С – собівартість продукції; ЧП – чиста продукція в порівнянних цінах за рік; Ч<sub>пр</sub> – витрати ресурсів, що відображені чисельність працівників; А - середня сума активів балансу підприємства; ВК – власний

капітал; ДЗ – довгострокові зобов'язання; Чд – чистий дохід від реалізації продукції.

Рівень рентабельності підприємства залежить від величини прибутку, витрат виробництва. Важливими факторами, які забезпечують зростання прибутку та рентабельності підприємства є підвищення продуктивності праці, раціональне використання матеріальних ресурсів та підвищення капіталовіддачі.

Якомога повніше врахування цих факторів сприятиме підвищенню результативності підприємства.

### **1.3. Шляхи зростання результативності діяльності підприємства**

Підвищення результативності підприємства це основна мета діяльності будь-якого комерційного підприємства. Про успішність діяльності тієї чи іншої організації можна судити, коли її доходи перевищують витрати. Якщо витрати перевищують доходи, то підприємство зазнає збитків. Зростання прибутку підвищує ступінь ділової активності підприємства, розширюючи спектр його потенційних можливостей.

Для того щоб підприємство було прибутковим і займало стійку позицію на ринку, необхідно:

- виробляти продукцію, яка користується попитом. Можна виробляти багато продукції, але якщо на неї не буде попиту, то сенсу в такому виробництві немає ніякого;
- реалізовувати продукцію за тією ціною, яка відповідає середньо ринкової і по якій потенційні споживачі готові купувати дану продукцію. Щоб встановити таку ціну, фахівці підприємства повинні вивчити ринок збуту, потенційних споживачів, їх потреби і платіжні можливості, конкурентоспроможність підприємства і ціни конкурентів на однотипну продукцію;
- виробляти продукцію в тій кількості, якого вимагає ринок, щоб товар не залежувався на складі, особливо якщо у нього обмежений термін придатності;

- виробляти продукцію при раціональному розрахунку витрат виробництва.

Шляхи підвищення результативності діяльності підприємства виступають сформованим комплексом конкретних заходів, які повинні привести до зростання ефективності діяльності в заданих напрямках.

Процес підвищення економічної результативності діяльності підприємства варто проводити за методом дедукції, тобто від окремих його складових до загального ефекту підвищення його економічної ефективності. Основними складовими системи економічної ефективності господарської діяльності підприємства є соціальна складова, технологічна складова, ресурсна та фінансова складова.

Тому стратегія підвищення рівня економічної результативності діяльності підприємства повинна складатися із таких складових:

1) характеристика зовнішніх і внутрішніх загроз, що впливають на рівень економічної безпеки діяльності підприємства;

2) визначення, вивчення та контроль чинників, які зміцнюють або негативно впливають на стійкість та конкурентоспроможність підприємства, його соціально-економічного стану в короткостроковій та середньостроковій (3–5 років) перспективі, іноді на довгострокову перспективу;

3) дослідження критеріїв і параметрів показників, що використовуються для оцінки економічної ефективності діяльності підприємства, що несуть смислове навантаження для задоволення інтересів власників та зацікавлених осіб у діяльності такого підприємства і відповідають вимогам його економічної ефективності;

4) на основі отриманих даних проводити розробку основних кроків економічної політики діяльності підприємства, що включає механізми обліку, які впливають на стан економічної ефективності підприємства;

5) напрями діяльності підприємства відносно реалізації обраної стратегії.

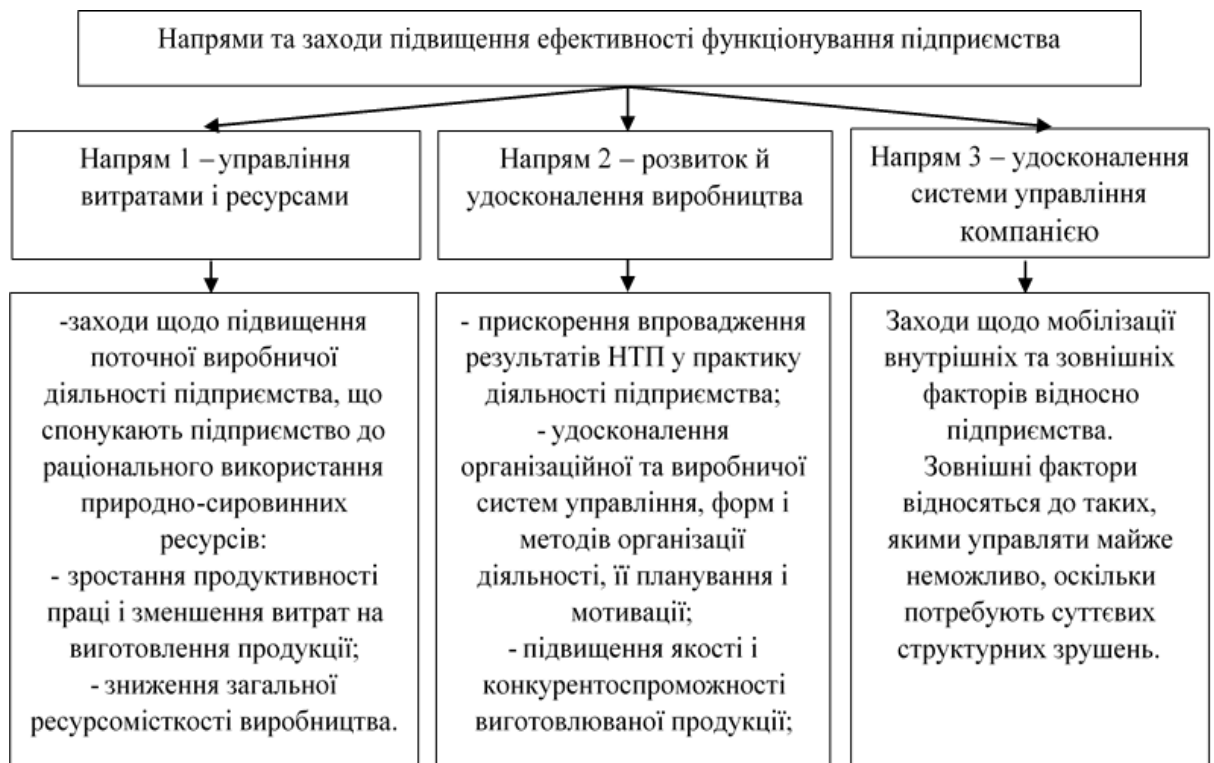
Вплив на діяльність підприємства ринку, природні умови, державне управління цін відносяться до зовнішніх факторів. Дані фактори не залежать від

діяльності підприємств, але можуть надати істотний вплив на величину прибутку і рентабельності.

Фактори, пов'язані з діяльністю підприємства, які воно може змінювати, а також регулювати залежно від поставлених перед підприємством цілей і завдань називають внутрішніми.

Підвищення результативності виробництва багато в чому обумовлено максимізацією використання основних засобів. Важливо максимально використовувати наявний виробничий потенціал, прагнути до повного завантаження устаткування, істотно підвищувати змінність його роботи і згідно цього твердження збільшувати обсяг продукції з кожної одиниці обладнання, з кожного квадратного метра виробничої площі.

Варто звернути увагу на загальні заходи підвищення ефективності функціонування господарюючих суб'єктів, які можна звести до трьох напрямків:



**Рис. 1.3. Напрями підвищення ефективності господарської діяльності підприємства (Джерело: сформовано автором на основі [13])**

Тобто, усі заходи по підвищенню ефективності роботи підприємства, що зображені на рис. 1.3, є взаємозалежними. Однак, найбільш значимими виступають чинники, що характеризують перший напрямок розвитку.

Для досягнення даної мети підприємство вирішує завдання, які забезпечують збільшення прибутку:

- максимізувати прибуток відповідно до ресурсними можливостями підприємства та ситуацією на ринку;
- оптимізувати пропорцію між рівнем прибутку і ризиком;
- підвищити якість формованого прибутку за рахунок виявлення резервів її збільшення, зростання доходів і раціональних інвестицій в господарський комплекс підприємства. Основним напрямком є збільшення випуску продукції, освоєння нових видів продукції, скорочення витрат.
- забезпечити приріст інвестованого капіталу;
- сформувати достатній обсяг фінансових ресурсів для вирішення поточних і майбутніх завдань за рахунок формованого прибутку, яка повинна превалювати в структурі фінансування підприємства.;
- забезпечити ефективність участі персоналу підприємства в формуванні, розподілі та використанні прибутку з метою підвищення їх зацікавленості в збільшенні розміру позитивного фінансового результату діяльності підприємства [17].

В цілому, шляхи збільшення прибутку на підприємстві реалізуються в двох напрямках.

Фінансовий – сюди відноситься все, що стосується питань фінансового планування, організації фінансової системи, облікового процесу, постановки управлінського обліку і т.д.

Виробничо-економічний – тут зосереджені питання підвищення обсягів реалізації продукції, зниження собівартості, оптимізації доходів і витрат, в тому числі по неосновним видам діяльності, удосконалення технологічних



**Рис. 1.4. Напрямки збільшення прибутку** (Джерело: сформовано автором на основі [15]).

Виробничо-економічний напрямок охоплює шляхи підвищення прибутку, які пов'язані зі збільшенням обсягів реалізації, скороченням витрат, інноваціями і модернізацією технологій. Збільшення продажів товарів актуально для торгових і виробничих підприємств і включає наступні шляхи підвищення прибутку [17]:

- удосконалення виробничої або товарної спеціалізації;
- впровадження нової продукції;
- підвищення якості вироблених і реалізованих товарів і послуг;
- підвищення ефективності використовуваних технологій для виробництва і реалізації товарів і послуг;
- впровадження електронної комерції;
- інтенсифікація товарообігу.

. Основними напрямками забезпечення збільшення прибутковості є фінансовий та виробничо-економічний. До першого напрямку відносять постановку системи бюджетування на підприємстві, раціональне використання платіжного календаря, розробка та впровадження кредитної політики підприємства для клієнтів компанії.

До другого – нарощування обсягу виробництва, зниження собівартості продукції, покращення її якості, зменшення ціни, розширення та оптимізації асортименту, використовуючи при цьому новітні технології та модернізуючи

старі. Основними резервами збільшення прибутковості підприємства є зростання обсягів реалізації, зменшення собівартості, підвищення якості та зростання цін товарів, робіт, та послуг.

Таблиця 1.6

### Шляхи підвищення прибутку за рахунок скорочення витрат

Напрямки скорочення витрат	Шляхи підвищення прибутку
1	2
Скорочення витрат на сировину і матеріали	Вибір постачальників, які виробляють продукцію аналогічної якості за нижчими цінами. Перехід на закупівлю сировини і матеріалів безпосередньо у виробника. Перехід на роботу з постачальниками з більш вигідними умовами поставки та вартістю доставки. Пошук можливостей вертикальної інтеграції.
Скорочення витрат на електроенергію.	Економне витрачання енергії на виробництві. Ліквідація невиробничих витрат електроенергії. Впровадження технологій енергозбереження.
Скорочення витрат на утримання персоналу	Поєднання суміжних посад. Ліквідувати дублювання посад управлінського персоналу.
Скорочення витрат на експлуатацію обладнання	Ліквідація технологічних простоїв. Ліквідація невиробничих витрат. Зниження витрат робочого часу.
Скорочення витрат на збут	Скорочення витрат на транспортування. Автоматизація обліку збуту.
Скорочення адміністративних витрат	Зниження представницьких витрат. Оптимізація управлінських витрат.

Джерело: складено автором на основі [16]

Впровадження інноваційних технологій і модернізація технологій за рахунок підвищення ефективності підприємства дозволяє збільшити обсяг прибутку.

Шляхи підвищення прибутку за рахунок впровадження інновацій:

- впровадження в виробництво закінчених інноваційних продуктів або послуг;
- технологічні інновації – впровадження інноваційних технологій, що дозволяють підвищити якість виробленої продукції, удосконалити технологічні процеси, надати нові властивості вже виробленої продукції;

- комплексне вдосконалення виробництва;
- підвищення якості управлінських, збутових та інших внутрішніх процесів без прив'язки до конкретних продуктів або послуг;
- організація інноваційного підприємництва;
- модернізація технологій охоплює широкий спектр аспектів, включаючи придбання нового обладнання, впровадження технологічних ліній, оптимізацію виробничих вузлів, реконструкцію виробничих комплексів і т.д.

Всі запропоновані вище заходи дозволять поліпшити якість продукції, відповідно, дозволить збільшити обсяги виручки від реалізації продукції, що в кінцевому підсумку призведе до збільшення прибутку та рентабельності.

Пошук резервів збільшення прибутку і рентабельності підприємства - один з найефективніших способів оптимізації роботи компанії. Під резервами зростання прибутку ми розуміємо можливості її збільшення, що мають кількісну характеристику [18].

Існує спеціалізована методика для пошуку, розрахунку та застосування на практиці резервів підвищення прибутковості. Даний підхід складається з трьох послідовних етапів [18]:

1. Аналітичний - пошук і розрахунок резервів.
2. Організаційний - підготовка системи заходів, що дозволяють застосувати знайдені резерви.
3. Функціональний - впровадження інструментів збільшення прибутку підприємства і контроль досягнутих результатів.

Збільшення прибутковості організації може бути організовано за рахунок наступних резервів:

- Зростання обсягів продажів товарів, робіт, послуг. Для розрахунку приросту прибутку за рахунок збільшення продажів потрібно показник резерву збільшення обсягу продажів помножити на розмір прибутку на одиницю продукції, розраховану на основі даних за звітний період.
- Зменшення собівартості товарів, робіт, послуг. Знайдений резерв скорочення собівартості по кожній окремій позиції множиться на прогнозний

показник обсягу реалізації, розрахований з урахуванням потенційного збільшення виручки.

– Підвищення якості товарів, робіт, послуг. Для розрахунку резерву збільшення прибутку підприємства ціна кожної позиції множиться на її частку в загальному обсязі, проміжні результати складаються, підсумок множиться на потенційний обсяг продажів.

– Зростання цін на товари, роботи, послуги. Знайдені значення резервів підвищення цін по кожній позиції множаться на прогнозний обсяг продажів, розрахований з урахуванням потенційного зростання. Підвищення цін може бути забезпечено за рахунок виходу на нові ринки збуту [18].

Для реалізації даних методів підприємству необхідно застосування інноваційних технологій продажів і структури управління виробництвом.

Одним з подібних шляхів збільшення результативності на підприємстві є фінансовий контролінг. Дана система забезпечує зосередження вирішальних дій з головних напрямків фінансової системи підприємства, яка дозволяє виявити відхилення фактичних результатів від нормативних, і використання грамотного менеджменту з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Саме контролінг забезпечує керівництво організації потрібними інформаційними даними.

На будь-якому підприємстві контролінг включає такі елементи як планування, постановка цілей, контроль за виконанням, а також прийняття рішень [19]. Підтримка ліквідності - головне завдання фінансового контролінгу, що позначає готовність підприємства погасити заборгованості в будь-який момент. Стійка платоспроможність досягається разом з необхідним рівнем результативності.

Фінансовий контролінг дозволяє виміряти граничне відхилення фактичних результатів фінансової діяльності від запланованих, спостерігати за реалізацією фінансових завдань, встановлених системою нормативів і показників, розробити управлінські рішення щодо вдосконалення фінансової діяльності, коригувати окремі показники і цілі фінансового розвитку у відповідності зі сформованою

кон'юнктурою ринку і зовнішнім середовищем, спрогнозувати за розмірами відхилень можливі погіршення фінансового стану і значне зниження темпів розвитку.

Отже, фінансовий контролінг крім внутрішнього контролю фінансових операцій, здійснює координацію взаємозв'язку між створенням інформаційної бази, фінансовим плануванням, фінансовим аналізом і внутрішнім фінансовим контролем.

Таким чином, підвищення результативності підприємств в сучасних умовах набуває першорядну роль, і керівництву організацій необхідно використовувати всі можливі шляхи підвищення даного показника, з метою збільшення прибутку, що в підсумку позначиться на покращенні ефективності діяльності самого господарського суб'єкта в цілому.

## Висновок до 1 розділу

Результативність діяльності - узагальнене уявлення про кінцеві результати предмета праці і робочої сили на підприємстві протягом тривалого проміжку часу. Загальна методологія вивчення економічної результативності- відношення результату виробництва до витрат, тобто отриманого економічного ефекту до витрат щодо його реалізації.

Обґрунтовано методи і показники оцінки прибутковості діяльності суб'єктів господарювання й встановлено, що аналіз прибутку можна проводити різними методами, визначаючи показники рентабельності, основними з яких є рентабельність продажів, активів, капіталу та продукції.

Систематизовано фактори впливу та виявлено резерви зростання результативності підприємства й визначено, що досить великий вплив на рівень результативності мають така сукупність факторів: конкурентоздатність продукції та попит на неї, ціна продукції, заробітна плата, витрати на сировину та матеріали, зовнішні фактори.

Суттєві фактори, на які підприємство може вплинути – це збільшення обсягу продажів, збільшення вартості продажу одиниці товару і зниження собівартості. Основними напрямками забезпечення збільшення прибутковості є фінансовий та виробничо-економічний.

До першого напрямку відносять постановку системи бюджетування на підприємстві, раціональне використання платіжного календаря, розробка та впровадження кредитної політики підприємства для клієнтів компанії.

До другого – нарощування обсягу виробництва, зниження собівартості продукції, покращення її якості, зменшення ціни, розширення та оптимізації асортименту, використовуючи при цьому новітні технології та модернізуючи старі. Основними резервами збільшення результативності підприємства є зростання обсягів реалізації, зменшення собівартості, підвищення якості та зростання цін товарів, робіт, та послуг.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПрАТ «ОБОЛОНЬ»

#### 2.1. Загальна характеристика діяльності ПрАТ «Оболонь»

Приватне акціонерне товариство «Оболонь» - це підприємство України, що займається виробництвом пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води. Також компанія має дозволи на гуртову та роздрібну торгівлю напоями та декілька транспортних агентств.

Галузь діяльності ПрАТ «Оболонь» - харчова промисловість.

Гасло підприємства – «Пиво твоєї Батьківщини».

Штаб-квартира підприємства знаходиться у м. Київ.

Очолюють підприємство президент Олександр Слободян, голова ради акціонерів, директор з персоналу та побуту Сергій Блощаневич та генеральний директор Ігор Булах.

Компанія налічує близько 7000 працівників, що працюють на 15 підрозділах підприємства.

Компанія складається із головного заводу у м. Києві з віддаленими виробництвами в Олександрії та Чемерівцях Хмельницької області, двох дочірних підприємств: «Пивоварня Зіберта» (м. Фастів, Київська обл.) та «Красилівське» (м. Красилів, Хмельницька обл.), а також підприємства з корпоративними правами в Бершаді, Коломиї, Охтирці, Рокитному, Севастополіта Чемерівцях .

Історія компанії почалася з будівництва Київського пивзаводу № 3 у 1974 році. Місцем для будівництва нового заводу було обрано київський район Оболонь, через наявність великих запасів м'якої та чистої води, сьогодні підприємство використовує воду 13 артезіанських свердловин.

Відкриття заводу приурочили до літніх Олімпійських ігор 1980 року, а офіційне відкриття заводу відбулося 12 листопада.

За період з 1985–1997 було збільшено виробничі потужності солодовні майже втричі.

У 1983 році заводу присвоюють назву «Оболонь».

У 1986 році на базі Київського пивзаводу № 3 було засновано Пивобезалкогольне об'єднання «Оболонь», до якого ввійшли також Київський пивзавод № 1, Київський пивзавод №2 (сьогодні ПРАТ «Пивзавод на Подолі») та Фастівський пивзавод (зараз ДП ПРАТ «Оболонь» «Пивоварня Зіберта»).

У 1989 році на посаду гендиректора Пивобезалкогольного об'єднання «Оболонь» обрали Олександра Слободяна, з цього моменту розпочалася активна експортна діяльність підприємства, тоді ж вперше «Жигулівське пиво від заводу «Оболонь» надійшло до споживачів Великої Британії.

1 липня 1990 року за ініціативи Генерального директора Олександра Слободяна підприємство було взяте в оренду з правом викупу, а 1992 року компанія стала на шлях приватизації.

27 серпня підприємство «Оболонь» отримало свідоцтво про приватизацію від Фонду Держмайна України № 1, та стало першим приватним підприємством незалежної України. Відтоді вся продукція цього виробника випускається під торговою маркою «Оболонь».

ПРАТ «Оболонь» було створено 25 березня 1993 року під час приватизації державного майна Київського виробничого об'єднання по випуску пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод «Оболонь» шляхом викупу цього майна трудовим колективом Київського орендного підприємства «Оболонь» та створення на базі цього майна Приватного акціонерного товариства «Оболонь».

Підприємство постійно здійснює територіальне розширення, так у 1994 р. ПРАТ «Оболонь» купує об'єкт незавершеного будівництва в м. Красилові Хмельницької області, дане дочірнє підприємство випускає під торговою маркою «Оболонь» мінеральну воду, безалкогольні та слабоалкогольні напої та було першою оптово-торговельною базою ПРАТ «Оболонь».

У 1996 році ПРАТ «Оболонь» також стало співвласником ПрАТ «Севастопольський пиво-безалкогольний завод», ПрАТ «Бершадський пивокомбінат» та залучило інвестиції у ПРАТ «Дятьківці».

З 1997 компанія стала співвласником ПРАТ «Охтирський пивоварний завод».

У 1998 році в м. Чемерівці Хмельницької області було засновано науково-виробнича асоціація «Нива Оболонь», що здійснювала селекційну роботу, виведенням, випробовуванням та промисловим розмноженням насіння перспективних сортів ячменю та забезпечувало ними ПРАТ «Оболонь».

Протягом діяльності ПРАТ «Оболонь» було впроваджено ряд технологій та інновацій, зокрема у 1993 році було введено в дію лінію розливу пива в пляшки ємністю 0,33 літра, а у вересні 1995 року у цеху розливу № 6 вводиться в експлуатацію першу в Україні лінію розливу безалкогольних напоїв у пляшки ПЕТ.

Наступного року у цеху розливу № 3 головного заводу запрацювала перша в Україні лінія розливу пива у кеги ємністю 50л для ресторанного бізнесу.

У 1997 році було вперше запущено 24-тисячну лінію розливу пива, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв в алюмінієві банки, а вже в 1998 році підприємство вперше випускає на ринок пиво у власній скляній пляшці.

У 2002 році було запущено нову лінію для розливу пива у кеги виробництва німецької компанії «KHS» та розпочався розлив напоїв тару ПЕТф 0,5 л напоїв «Кола нова», «Оболонська», «Шарм».

У 2001 році відбулося переоснащення власного солодового виробництва, що дозволило збільшити потужність майже удвічі.

У 2003 році на Фастівському пивзаводі відбулося відкриття нового цеху розливу. Того ж року завод «Оболонь» додав до свого цеху фільтрації новий фільтр.

У травні 2004 року було запущено найбільшу в Україні лінію розливу пива у скляні пляшки продуктивністю 110 000 пляшок та об'ємом 0,5 л за

годину, також почали використовувати нові варильні порядки виробництва німецької фірми «Ziemann».

У 2008 «Оболонь» першою серед підприємств харчової промисловості сертифікувала чотири системи управління: ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці).

Відбулося значне розширення кегової лінії з 400 кег/год. до 1000 кег/год. Встановлено європейський рекорд з виробництва пива — 111,1 млн дал. Продовжується впровадження екологічних проектів: на заводі у Києві введена в експлуатацію установка сушки пивної шротини, а в Олександрії впроваджено перше в Україні виробництво пакувальної стрічки на основі переробки пластикових пляшок.

У 2009 році розпочав роботу солодовий завод у смт. Чемерівці Хмельницької області потужністю 120 тис. тонн солоду на рік. На Д. П. «Пивоварня Зібберта» у м. Фастові після масштабної модернізації введені в експлуатацію нові варильні порядки та лінії розливу пива, що дозволило збільшити потужність підприємства із 0,5 млн дал до 23,5 млн дал пива на рік. Портфель брендів компанії поповнився новою ТМ «Zibert». До лінійки увійшли сорти — «Zibert Світле», «Zibert Баварське», «Zibert Біле».

У 2015 році корпорація «Оболонь» представила одразу кілька новинок у сегменті мінеральних вод: «Збручанська 77», «Прозора» з персиком та зеленим чаєм, «Оболонська» за смаком лимона й апельсина.

Дитячий соковмісний напій «Живчик» отримав нову тароупаковку — ПЕТ пляшку 0,33 л, а також спеціальний різновид кришки flip-top.

Компанія відкрила нові категорії продуктів, розпочавши виробництво сидру «Ciber» та нового різновиду снєків — грінок «BULBA Grenki».

Пивний асортимент корпорації поповнився новинками «BeerMix Energy» та «Zibert Vockbier».

У 2017 році «Оболонь» змінила форму власності з ПАТ на «Приватне акціонерне товариство». Випуск нового сорту «Оболонь Солодове».

У 2018 році відбувся запуск нових сортів пива — «Premium Extra Brew», «Obolon Zhygulivske Export», «Оболонь Київське Розливне», «Zibert Біле», яскравий редизайн ТМ «hike», вихід у категорію енергетичних напоїв із брендом «Bronx».

Найбільша відеоінсталяція із привітанням до Дня незалежності, що увійшла до Книги рекордів України: відео транслювалося на поверхнях ЦКТ київської пивоварні загальною площею 1000 м<sup>2</sup>.

У 2019 році ТМ «Живчик» відсвяткувала своє 20-річчя.

Розпочато налив лінійки крафтових лимонадів «Lemonissimo Lemonata», для яких була спеціально розроблена ПЕТ пляшка унікальної форми місткістю 0,8л.

У сегменті спеціального пива вийшла новинка «Obolon Hardmix X-CAN».

ПрАТ «Охтирський пивоварний завод» почав випуск нефільтрованого світлого пива із символічною назвою «MAROCHNE 1913» («Марочне 1913») на честь року заснування підприємства.

Сьогодні підприємство «Оболонь» входить до сорока найбільших пивоварних концернів світу (за рейтингом німецького журналу Focus та є єдиною українською компанією у цьому рейтингові).

Наразі портфель компанії формують дванадцять пивних торгових марок:

- 1) «Оболонь» (Оболонь Світле, Оболонь Солодове, Оболонь Нефільтроване, Оболонь Трофейне, Оболонь Безалкогольне);
- 2) «Ніке» (hike premium, hike-chill, hike alcohol-free);
- 3) «BeerMix» (BeerMix Вишня, BeerMix Лимон, BeerMix Малина, BeerMix Гранат, BeerMix Кавун);
- 4) «Зіберт» (Zibert Світле, Zibert Weissbier);
- 5) «Carling»;
- 6) «Zlata Praha» (Zlata Praha, Zlata Praha Cerne);
- 7) «Жигулівське»;

- 8) «Десант»;
- 9) «Hadrmix» (Hadrmix Citrus, Hadrmix Lemon+Ginger);
- 10) «Pivny kubek» ("Пивний куболь");
- 11) «Южанка»;
- 12) «Охтирське» (Охтирське світле, Охтирське козацьке, Рідний Шубін Світле).



**Рис. 2.1. Портфель брендів ПрАТ «Оболонь»** (Джерело: сформовано автором на основі даних підприємства)

Марки сидру, що виготовляються компанією:

- 1) «Ciber» (Ciber, Ciber Квіти бузини, Ciber Журавлина);
- 2) «Sharm» (Sharm, Sharm Персик);

Алкогільні напої компанії:

- 1) «Водка Лайм»;
- 2) «Ром-кола»;
- 3) «Бренді-кола»;
- 4) «Джин-тонік»;
- 5) «Віскі Вишня»;
- 6) «Rio» (Rio Піна Колада, Rio де Мохіто, Rio Маргарита);

Безалкогольними брендами компанії є:

- 1) «Живчик» (Живчик Яблуко, Живчик Яблуко негазований, Живчик Лимон, Живчик Груша, Живчик Вишня, Живчик Апельсин, Живчик Апельсин негазований);
- 2) «Лимонад»;
- 3) «Ситро»;
- 4) «Тархун»;
- 5) «Байкал»;
- 6) «Оболонь зі смаком лайма»;
- 7) «Кола Нова»;
- 8) «Унік»;
- 9) «Квас Старокиївський» (Старокиївський, Старокиївський Білий, Старокиївський Темний).

Мінеральні та питні води:

- 1) «Оболонська» (Оболонська, Оболонська слабогазована, Оболонська-2, Оболонська-2 негазована, Оболонська плюс лимон, Оболонська з лимоном і апельсином);
- 2) «Прозора» (Прозора сильногазована, Прозора негазована)
- 3) «Аквабаланс»;
- 4) «Охтирська»;
- 5) «Збручанська 77»;
- 6) «Кремінка»;

Снеки ПРАТ «Оболонь»:

- 1) «Оболонські сухарики» (“Оболонські” зі смаком барбекю, “Оболонські” зі смаком холодцю та хрону, “Оболонські” зі смаком червоної ікри, “Оболонські” зі смаком бекону)
- 2) «Vulba Grenki» (Vulba Grenki зі смаком копчених ковбасок, Vulba Grenki зі смаком холодцю з хроном, Vulba Grenki зі смаком бекону)

Промислові товари:

- 1) Солод;
- 2) Пивна дробина;

- 3) Бандажна стрічка;
- 4) ПЕТ-преформа;
- 5) Ящик.

Для вдосконалення якості продукції та усіх виробничих процесів компанія оновлює обладнання. Це дозволяє бути серед лідерів за рівнем технічного оснащення не тільки в Україні, але й в Європі.

Проектна потужність заводу у Києві становить 11 млн. гектолітрів пива на рік, що робить підприємство найбільшою пивоварнею Європи. На заводі встановлено варильну систему німецької фірми Ziemann, яка здійснює до 12 варок на день по 750 гектолітрів холодного сусла.

Для забезпечення якості продукції задіяно чотири потужні фільтраційні установки, виконані німецькою фірмою KHS. Потужність найбільшого фільтра — 950 гектолітрів на годину.

На заводі діє одна з найбільших у Європі ліній розливу у скляні пляшки потужністю 110 тис. пляшок на годину виробництва німецької компанії KHS. Крім цього, на заводі працюють потужні лінії розливу у банки, ПЕТ пляшки та кеги.

Солодовий завод потужністю 120 тис. тонн солоду на рік дозволив «Оболоні» забезпечити себе сировиною вищої якості і постачати її за кордон. Інвестиції у цей проект склали близько 100 млн. доларів.

Продовжується модернізація «Пивоварні Зіберта». В установку нових варильних порядків, бродильних танків і ліній розливу інвестовано понад 40 млн. євро.

З метою зменшення навантаження на довкілля «Оболонь» інвестувала в унікальну установку для сушки пивної дробини — маси, яка у величезних кількостях (до 700 тонн в день) утворюється в процесі приготування пивного сусла. Після висушування і грануляції пивна дробина є дуже корисним кормом для худоби, що не може не зацікавити великі сільськогосподарські підприємства.

На «Оболоні» діє інтегрована система управління, яка забезпечує відповідальність компанії перед персоналом, споживачами, суспільством та

державою. Спеціалісти заводської лабораторії постійно проводять бактеріологічні дослідження води.

«Оболонь» позиціонує себе як національна компанія, яка гідно представляє Україну в світі. Цим обумовлене відповідальне ставлення до свого продукту, споживачів, персоналу і партнерів. Корпоративна відповідальність компанії полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством.

Компанія реалізує інвестиційні проекти, спрямовані на зменшення впливу на довкілля. З 2002 року ПрАТ «Оболонь» займається переробкою ПЕТ-пляшок. Для цього було введено установки з переробки пластикової тари на сировину з метою зниження негативного впливу відходів на навколишнє середовище.

ПЕТ преформи | PET preforms

НОВИЙ БІЗНЕС | NEW BUSINESS





ПрАТ «Оболонь» пропонує екологічну ПЕТ преформу стандарту PCO 1881 власного виробництва.  
PJSC Obolon offers ecological PET preform that meets standard PCO 1881.

Колір / Color	Вага гр. / Weight g.	Тип горловини (PCO) / Neck type PCO
Прозора / Transparent	31,7 / 34,7	1881
Блакитна / Blue	31,7 / 34,7	1881
Темнозелена / Dark green	31,7 / 34,7	1881
Світлозелена / Light green	31,7 / 34,7	1881
Коричнева / Brown	31,7 / 34,7	1881

**Рис. 2.2. ПЕТ преформи ПрАТ «Оболонь» (Джерело: сформовано автором на основі даних підприємства)**

Пізніше «Оболонь» запустила першу в Україні лінію з виробництва бандажної стрічки з ПЕТ-пляшок у місті Олександрія (Кіровоградська обл.).

Стратегія корпорації «Оболонь» націлена на задоволення вимог та очікувань замовників і, за рахунок цього, на утримання позиції на ринку пива та безалкогольних напоїв в умовах економічної кризи в Україні при постійній увазі до високої якості продукції, збереження навколишнього середовища, забезпечення гідних та безпечних умов праці, розвиток та професійне навчання персоналу. «Оболонь» впроваджує інноваційні та енергозберігаючі технології,

що покращує екологічні характеристики виробництва, мінімізує шкідливі викиди у довкілля та забезпечує ощадливе використання ресурсів [31].

## 2.2. Аналіз основних техніко-економічних показників діяльності

Техніко-економічні показники дають змогу проаналізувати діяльність підприємства та вивчити економічно ефективне управління конкретним підприємством.

Розглянемо основні техніко-економічні показники ПрАТ «Оболонь»:

*Таблиця 2.1*

### Динаміка активів підприємства за 2018-2019 рр

№	Види активів	2018	2019	Відхилення	
				Абсол. тис. грн.	Відносне,%
1.	Необоротні активи	5 004 205,00	4 693 164,00	- 311 041,00	0,94
1.1.	Нематеріальні активи	6 857,00	6 026,00	-831,00	0,88
1.2.	Основні засоби	4 867 736,00	4 611 402,00	-256 334,00	0,95
2.	Оборотні активи	1 105 944,00	1 163 932,00	57 988,00	1,05
3.	Активи – всього	6 110 149,00	5 857 096,00	-253 053,00	0,96

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Сума активів ПрАТ «Оболонь» зменшилася у 2019 році на 253 053 тис. грн. порівняно з 2018 роком. Найбільше зменшилася сума необоротних активів на 6%, а саме – сума основних засобів на 256 334 тис. грн. Можна припустити, що це спричинено збільшенням зносу та недостатнім рівнем оновленості основних засобів. Таким чином, активи в 2019 році були на суму 5 857 096 тис. грн.

*Таблиця 2.2*

### Структура активів підприємства в 2018-2019 рр,

№	Вид активів	2018		2019	
		Тис. дол.	Питома вага,%	Тис.грн.	Питома вага,%
1.	Необоротні активи	5 004 205,00	81,90	4 693 164,00	80,13
1.1.	Нематеріальні активи	6 857,00	0,14	6 026,00	0,13
1.2.	Основні засоби	4 867 736,00	97,27	4 611 402,00	98,26
2.	Оборотні активи	1 105 944,00	18,10	1 163 932,00	19,87
3.	Активи - всього	6 110 149,00	100,00	5 857 096,00	100,00

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Структура активів підприємства має бути оптимальною для кожного підприємства. В ПрАТ «Оболонь» основну частину в структурі активів займають необоротні активи 80,13% в 2019 році. Частка в структурі несуттєво зменшилася порівняно з 2018 роком. Найбільшу частину займають основні засоби – це обладнання, споруди, будівлі, транспорт, земельні ділянки тощо. Це є унікальною та оптимальною структурою для ПрАТ «Оболонь» адже, підприємство випускає великі обсяги продукції та повинно завжди інвестувати кошти в модернізацію обладнання.

Доцільно детальніше розглянути динаміку основних засобів:

Таблиця 2.3

### Динаміка основних засобів підприємства в 2018-2019 рр.

№	Групи основних засобів	2018 р.	2019 р.	Відхилення	
				абсолютне, тис. грн.	відносне, %
1.	Земельні ділянки	13 685,00	13 685,00	-	100,00
2.	Будинки, споруди і передавальні пристрої	1 536 754,00	1 511 397,00	- 25 357,00	98,35
3.	Машини та обладнання	3 287 052,00	3 054 195,00	- 232 857,00	92,92
4.	Транспортні засоби	21 548,00	13 986,00	- 7 562,00	64,91
5.	Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	0	0	-	-
6.	Багаторічні насадження	0	0	-	-
7.	Інші основні засоби	8 698,00	7 318,00	- 1 380,00	84,13
8.	Основні засоби – всього	4 867 737,00	4 600 581,00	- 267 156,00	94,51

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

З даної таблиці бачимо, що земельні ділянки в ПрАТ «Оболонь» вартують 13 685 тис. грн. та ця сума не змінюється протягом часу, адже земля не амортизується, її вартість з часом може тільки збільшуватися. Сума будинків та споруд несуттєво зменшилася в 2019 році порівняно з 2018 та становить

1 511 397 тис. грн у 2019 році. Таке зменшення може бути спричинено високим зносом або ремонтом деяких споруд. Машини та обладнання у 2019 році також зменшилися в сумі та становлять 3 054 195 тис. грн. Не достатні інвестиції в обладнання можуть стати причиною до відставання від лідерських позицій, але при короткочасному явищі це не загрожує прибутковості підприємства.

Оптимальна структура основних засобів для кожного підприємства є унікальною, адже деякі підприємства можуть бути орієнтовані на збільшення земельних ділянок, а деякі – на обладнання, тому доцільно проаналізувати структуру основних засобів ПрАТ «Оболонь»:

Таблиця 2.4

### Структура основних засобів підприємства в 2018-2019 рр.

№	Групи основних засобів	2018		2019	
		тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %
1.	Земельні ділянки	13 685,00	0,28	13 685,00	0,30
2.	Будинки, споруди і передавальні пристрої	1 536 754,00	31,57	1 511 397,00	32,85
3.	Машини та обладнання	3 287 052,00	67,53	3 054 195,00	66,39
4.	Транспортні засоби	21 548,00	0,44	13 986,00	0,30
5.	Інструменти, прилади, інвентар	0	0	-	-
6.	Багаторічні насадження	0	0	-	-
7.	Інші основні засоби	8 698,00	0,18	7 318,00	0,16
8.	Основні засоби - всього	4 867 737,00	100,00	4 600 581,00	100,00

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Основні засоби у 2019 році зменшилися порівняно з 2018 роком та становлять 4 600 581 тис. грн. В структурі основних засобів у 2018 році найбільшу частину займають машини та обладнання – що є логічним та оптимальним для ПрАТ «Оболонь», адже саме обладнання є причиною випуску продукції та становлення на ринку як лідера. У 2019 році частка майже не

змінилася. Другою по величині в структурі є будинки та споруди і передавальні пристрої. Так у 2019 році вони займали майже 33%.

Доцільно проаналізувати структуру витрат ПрАТ «Оболонь» для оцінки можливих напрям зростання результативності діяльності підприємства:

Таблиця 2.5

**Динаміка та структура операційних витрат підприємства в 2018-2019 рр.**

№	Показники	2018	2019	Відхилення		Питома вага, %	
				Абсолютне, тис грн	відносне, %	2018	2019
1.	Матеріальні витрат, тис. грн.	3267238	3157057	-110181	0,97	58,0	57,0
2.	Витрати на оплату праці, тис. грн.	529153	626692	97539	1,18	9,0	11,0
3.	Амортизаційні відрахування, тис.грн.	457032	422999	-34033	0,93	8,0	8,0
4.	Інші операційні витрати, тис. грн.	1296 562	1 159 110	-137452	0,89	23,0	23,0
5.	Відрахування на соціальні заходи	113058	132414	19356	1,17	2,0	2,0
6.	Операційні витрати – разом, тис. грн.	5663043	5498272	-164771	0,97	100	100

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Операційні витрати підприємства ПрАТ «Оболонь» у 2019 році становили 5 499 272 тис. грн, що на 164 771 тис. грн менше ніж у 2018 році. Зменшення витрат показує, що підприємство ефективніше використовує наявні ресурси та оптимізує процес виробництва. Також можна припустити, що зменшення операційних витрат може бути пов'язано із зменшенням обсягів виробництва продукції, що є негативним показником в компанії.

Найбільшу частку в структурі займають матеріальні витрати 57%, та становлять 3 157 057 тис. грн у 2019 році. Інші операційні витрати у 2019 році порівняно з 2018 роком зменшилися на 137 452 тис. грн та становлять 1 159 110 тис. грн. станом на 2019 рік.

Збільшення витрат на оплату праці є позитивною зміною, адже збільшення кадрів дає поштовх до нових ідей та збільшення потенціалу.

Поточні витрати – це витрати трудових, матеріальних, нематеріальних та фінансових ресурсів, виражених у грошовій формі, для здійснення поточної господарської діяльності. Поточна господарська діяльність забезпечує безперебійне виробництво та забезпечує стабільний дохід компанії. Розглянемо динаміку та структуру поточних витрат ПрАТ «Оболонь»:

Таблиця 2.6

**Динаміка та структура поточних витрат підприємства в 2018-2019 рр.**

№	Показники	2018	2019	Відхилення		Питома вага, %	
				абсолютне	відносне, %	2018	2019
1.	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	4 292 370	4 277 833	-14 537,00	1,00	76,77	75,85
2.	Адміністративні витрати, тис. грн.	303 955	337 100	33 145,00	1,11	5,44	5,98
3.	Витрати на збут, тис. грн.	675 489	661 989	-13 500,00	0,98	12,08	11,74
4.	Інші операційні витрати, тис. грн.	20 451	32 219,00	11 768,00	1,58	0,37	0,57
5.	Фінансові витрати, тис. грн.	275 269	329 215	53 946,00	1,20	4,92	5,84
6.	Втрати від участі в капіталі, тис. грн.	-	-	-	-	-	-
7.	Інші витрати, тис. грн.	23 505	1 418,00	-22 087,00	0,06	0,42	0,03
8.	Поточні витрати – разом, тис. грн.	5 591 039	5 639 774	48 735,00	1,01	100	100

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

ПрАТ «Оболонь» збільшили суму поточних витрат на 48 735 тис. грн, та станом на 2019 рік вони становлять 5 639 774 тис. грн. Збільшення спричинено фінансовими витратами, які у 2019 році зросли на 20% або на 53 946 тис. грн у вартісному виразі. Стрімкий ріст фінансових витрат може бути через збиткову ситуацію у 2018 році, на покриття всіх боргів, а також – відсотки за отриманий кредит.

Також помітно збільшилися адміністративні витрати, і у 2019 році становлять 337 100 тис. грн. Собівартість виробленої продукції зменшилася, можна припустити, що таке зменшення пов'язане із оптимізацією процесів та краще використання наявних ресурсів.

Результативність компанії на пряму залежить від кваліфікації працівників, адже саме люди генерують та впроваджують нові ідеї, від яких залежить розвиток та прибутковість компанії.

В розвинутих компаніях, таких як ПрАТ «Оболонь» керівництво орієнтується на підвищення людської кваліфікації.

Станом на 31 грудня 2019 року облікова кількість штатних працівників становила 3 460 працівників.

Розглянемо кваліфікацію працівників в ПрАТ «Оболонь»:

*Таблиця 2.7*

### **Розподіл працівників за професійним ступенем**

<b>№</b>	<b>Професійний ступінь робітника</b>	<b>Кількість працівників, осіб</b>	<b>Частка в структурі, %</b>
1.	Керівники	664	19,19
2.	Професіонали та фахівці	895	25,87
3.	Технічні службовці	65	1,88
4.	Кваліфіковані та інші робітники	1836	53,06
5.	Разом	3460	100

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Таким чином, бачимо, що в структурі переважають кваліфіковані працівники, та займають 53,1%, висока частина це професіонали та фахівці – 25,9%. Це свідчить про високий ступінь кваліфікації робітників на підприємстві.

У гендерній структурі частка чоловіків (70,8%) переважає над часткою жінок (29,2%), що обумовлено специфікою виробничої діяльності.

У 2019 році коефіцієнт плинності персоналу склав 8% (при середньому показнику по Україні згідно з загальногалузевими оглядами ЕУ – 19%).

З метою залучення, збереження і мотивування керівників, які мають необхідні навички, знання та компетенції, до досягнення цілей, визначених Корпоративною стратегією Групи, та встановлення єдиних принципів визначення винагороди керівників, у 2019 році розроблено політику щодо

встановлення розміру базової винагороди та систему управління змінною частиною винагороди керівників – преміювання за досягнення цілей та ключових результатів. Встановлено цілі керівникам.

Оцінка результативності діяльності підприємства відіграє важливу роль в дослідженні формування механізму управління ефективністю.

Розглянемо основні техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Оболонь» та проаналізуємо їх динаміку на 2018-2019 роки:

Таблиця 2.8

### Основні техніко-економічні показники діяльності

№	Показники	2018	2019	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне, %
1.	Обсяг виробленої продукції, тис. грн.	5 078 764	5 466 148	387 384,00	1,08
2.	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	4 292 370	4 277 833	-14 537,00	1,00
3.	Чистий прибуток, тис. грн.	-365 420,00	257 633,00	623 053,00	- 0,71
4.	Основні засоби ,тис. грн.	4 867 736	4 611 402	-256 334,00	0,95
5.	Оборотні активів, тис. грн	1 105 944	1163 932	57 988,00	1,05
6.	Чисельність персоналу, осіб	2 487	3 460	973	1,39
7.	Виробіток, тис. грн.	2 042,12	1 579,81	-462,31	0,77
8.	Фондомісткість, грн.	0,96	0,84	-0,11	0,88
9.	Фондоозброєність, тис. грн.	1 957,27	1 332,78	-624,50	0,68
10	Фондовіддача, грн	1,04	1,19	0,14	1,14
10	Рентабельність підприємства, %	-8,51	6,02	14,54	-0,71
11	Коефіцієнт обертання оборотних активів	4,59	4,70	0,10	1,02
12	Коефіцієнт завантаження, грн	0,22	0,21	0,01	0,98

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

З даної таблиці бачимо, що обсяг виробленої продукції в грошовому вимірі збільшився на 387 384 тис. грн, що свідчить про збільшення попиту на продукцію та потенціал до збільшення виробітку. При цьому, зменшення собівартості на 14 537 тис. грн є хорошим показником, адже менші витрати на виробництво більшої кількості товару показує на підвищення ефективності діяльності компанії.

У 2018 році в ПрАТ «Оболонь» був збиток в розмірі 365 420 тис. грн що зумовлено кредитними зобов'язаннями та збільшенням додаткових витрат. У 2019 році ситуація різко змінилася, та компанія отримала чистий прибуток у розмірі 257 633 тис. грн. Така ситуація пояснюється оптимізацією витрат та збільшенням ефективності виробництва. Сума основних засобів зменшилася на 256 334 тис. грн, це свідчить про необхідність модернізації та закупівлі нових засобів праці, адже сучасне обладнання при правильному використанні здатне збільшувати виробіток та результативність діяльності.

Зросла у 2019 році чисельність персоналу задіяних в основній діяльності, що підкреслює важливість кваліфікованих кадрів в діяльності компанії. Станом на 2019 рік в компанії працює 3 460 осіб.

Зменшення виробітку спричинено збільшенням кількості працівників та станом на 2019 рік складає 1 579,81 тис. грн на одного працівника.

Збільшення віддачі основних засобів це позитивний показник, у 2019 році на кожну гривню витрачену на основні засоби відшкодовується 1,19 грн прибутку. Зменшення фондомісткості спричинено зменшенням суми основних засобів.

Рентабельність підприємства у 2018 році була від'ємною, адже компанія мала значний збиток, проте у 2019 році показник змінився, і станом на 2019 рік рентабельність підприємства становить 6,02%. Такий показник є досить низьким, але враховуючи всі причини, та результати діяльності в 2019 році можна стверджувати, що ПрАТ «Оболонь» є прибутковим підприємством з високими прогностичними показниками.

### 2.3. Аналіз результативності фінансово-господарської діяльності підприємства

Економічний механізм управління підприємства орієнтований не тільки на суму ресурсів, а й на ефективне їх використання. Саме тому доцільно визначити як використовують свої основні засоби ПрАТ «Оболонь». Для цього існують такі показники як рентабельність, прибуток, фондомісткість, фондоозброєність тощо.

Показники є дещо відносними, але для аналізу динаміки ефективного використання підприємства повністю доцільні.

Таблиця 2.9

#### Динаміка ефективності використання основних засобів

№	Показники	2018	2019	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне, %
1.	Обсяг виробленої продукції, тис. грн.	5 078 764	5 466 148	387 384,00	1,08
2.	Річний прибуток до оподаткування, тис. грн.	- 325 802	144 591	470 393,00	- 0,44
3.	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	4 867 736	4 611 402	-256 334,00	0,95
4.	Середньооблікова чисельність персоналу основної діяльності, осіб	2 487	3 460	973	1,39
5.	Віддача основних засобів, грн	1,04	1,19	0,14	1,14
6.	Рентабельність основних засобів, %	-0,07	0,03	0,10	-0,47
7.	Фондомісткість, грн.	0,96	0,84	-0,11	0,88
8.	Фондоозброєність, тис. грн.	1 957,27	1 332,78	-624,50	0,68

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

З даної таблиці бачимо збільшення обсягів виробленої продукції на 8% або на 387 384 тис. грн. у вартісному виразі. Збільшення обсягів виробництва свідчить про позитивний розвиток підприємства та можливість підтримувати лідерство завойовуючи нові ринки. У 2018 році в ПрАТ «Оболонь» був від'ємний

показник прибутку до оподаткування, а саме збиток на 325 802 тис. грн. Проте, у 2019 році ситуація змінилася, та розмір прибутку становить 144 591 тис. грн.

Збільшилася середньооблікова чисельність працівників на 39%, та становить 3460 осіб. Збільшення віддачі основних засобів це позитивний показник, тепер на кожну гривню витрачену на основні засоби відшкодовується 1,19 грн прибутку. Фондомісткість характеризує вартість основних виробничих засобів, яка припадає на одиницю вартості виробленої продукції. Зменшення у 2019 році спричинено зменшенням основних засобів. Фондоозброєність показує вартість основних виробничих засобів, що припадає на одного працівника, і також зменшилася у 2019 році, бо зменшилося сума основних засобів.

Рентабельність основних засобів у 2018 році була від'ємною, а у 2019 році хоч мала, але додатна – це позитивні зміни на ПрАТ «Оболонь».

Розглянемо динаміку оборотних активів ПрАТ «Оболонь»:

Таблиця 2.10

### Динаміка оборотних активів

№	Показники	2018	2019	Відхилення	
				абсолютне	відносне , %
1.	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	5 078 764	5 466 148	387 384,00	1,08
2.	Річний прибуток до оподаткування, тис. грн.	-325 802	144 591	470 393,00	- 0,44
3.	Середньорічна вартість оборотних активів *, тис. грн.	1 105 944	1 163 932	57 988	1,05
4.	Коефіцієнт обертання оборотних активів, оборотів	4,59	4,70	0,10	1,02
5.	Тривалість обороту оборотних активів, днів	78,39	76,66	- 1,74	0,98
6.	Рентабельність оборотних активів, %	- 29,46	12,42	41,88	- 0,42
7.	Коефіцієнт завантаження, грн.	0,22	0,21	0,01	0,98

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Чистий дохід від реалізації продукції у 2019 році зріс на 8%, або на 387 384 тис. грн. Збільшення доходу – це позитивний показник, який дозволяє підприємству рухатися до більшої прибутковості.

Річний прибуток до оподаткування у 2018 році був від’ємним через ряд причин, але у 2019 році він становив 144 591 тис. грн. Зменшення тривалості обороту – означає краще використання оборотних коштів, адже чим швидше вони роблять оборот – тим більше вони приносять прибутку.

Дохід є одним із основних вартісних показників діяльності підприємства.

Чистий дохід від реалізації продукції – це дохід від реалізації товарів (робіт, послуг), розрахований без урахування акцизного податку, мита, податку на додану вартість, інших непрямих податків та зборів.

Для кращого розуміння джерел отримання доходу доцільно розглянути динаміку та структуру доходу ПрАТ «Оболонь».

Таблиця 2.11

**Динаміка та структура доходу підприємства в 2018-2019 рр.**

№	Показники	2018	2019	Відхилення		Питома вага, %	
				Абсолют.	відносне,%	2016	2017
1.	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	5 078 764	5 466 148	387 384,00	1,08	96,46	94,50
2.	Інші операційні доходи, тис. грн.	85 301	62 681	- 22 620,00	0,73	1,62	1,08
3.	Доходи від участі в капіталі, тис. грн.	90 188	39 058	-51 130,00	0,43	1,71	0,68
4.	Інші фінансові доходи, тис. грн.	4 259	280	-3 979,00	0,07	0,08	0,00
5.	Інші доходи, тис. грн	6 725	216 198	209 473,00	32,15	0,13	3,74
6.	Доходи - всього, тис. грн.	5 265 237	5 784 365	519 128,00	1,10	100,00	100,00

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

З аналізу динаміки та структури доходу можна зробити висновок, що сума доходів у 2019 році зросла на 10% порівняно з 2018 роком та становить 5 784 128 тис. грн. Найбільше зросли інші доходи та чистий дохід від реалізації продукції і у 2019 році він становить 5 466 148 тис. грн. Суттєво зменшилися інші

фінансові доходи на 93%, але в структурі вони мали незначну частку. Найбільшу частку в доході займає дохід від реалізованої продукції 95,5%.

Після аналізу доходів підприємства потрібно розглянути динаміку прибутку підприємства. Саме прибуток показує ефективність діяльності підприємства, адже прибуток – це різниця між доходами підприємства та повними витратами на виробництво та реалізацію продукції.

ПрАТ «Оболонь» у 2018 році мали збиток пов'язаний з збільшенням витрат, а також з судовими процесами, але у 2019 році ситуація покращилася і компанія націлена на розвиток та збільшенні ринків збуту. Розглянемо динаміку прибутку підприємства:

Таблиця 2.12

### Динаміка прибутку підприємства в 2018-2019 рр.

№	Показники	2018	2019	Відхилення	
				Абсолютне	відносне, %
1.	Валовий прибуток, тис. грн.	786 394,00	1 188 315,00	401 921,00	1,51
2.	Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	-128 200,00	219 688,00	347 888,00	- 1,71
3.	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	-325 802,00	144 591,00	470 393,00	- 0,44
4.	Чистий прибуток, тис. грн.	-365 420,00	257 633,00	623 053,00	- 0,71

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Прибуток підприємства є одним із ключових показників діяльності. У 2018 році валовий прибуток становив 786 394 тис. грн, та у 2019 році зріс на 50%, і становить 1 188 315 тис. грн. Прибуток від операційної діяльності – це основний прибуток підприємства від виробництва і реалізації продукції. Від'ємний показник свідчить про збитковість та нераціональне користування наявними ресурсами. Проте, у 2019 році цей показник зріс та становить 219 688 тис. грн. Це свідчить про розвиток підприємства та вихід із кризового стану. Чистий прибуток у 2019 році становив 257 633 тис. грн.

## 2.4. Аналіз фінансового стану ПрАТ «Оболонь»

З метою оцінки результативності діяльності підприємства потрібно розглянути фінансові результати та фінансовий стан ПрАТ «Оболонь». Показники фінансового стану дають можливість зрозуміти наскільки компанія автономна від банків або інших підприємств. Достовірна оцінка фінансового стану підприємства дуже важлива для формування правильних висновків та прийняття адекватних рішень.

Таблиця 2.13

### Динаміка фінансових результатів підприємства 2018-2019 рр.

№	Показники	Один.виміру	2018	2019	Абсолютне відхилення
1.	Чистий дохід, Revenue	тис. грн.	5 078 764,00	5 466 148,00	387 384,00
2.	Валовий прибуток Gross profit	тис. грн.	786 394,00	1 188 315,00	401 921,00
3.	Gross margin, Валова маржа	%	15,48	21,74	6,26
4.	Прибуток від операційної д-ті	тис. грн.	- 128 200,00	219 688,00	347 888,00
5.	Амортизація ОЗ	тис. грн.	7 073 024,00	7 392 445,00	319 421,00
6.	ЕВІТДА	тис. грн.	7 022 491,00	7 866 251,00	843 760,00
7.	ЕВІТДА margin	%	138,27	143,91	5,64
8.	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	тис. грн. .	- 325 802,00	144 591,00	470 393,00
9.	Чистий прибуток Net income	тис. грн. .	- 365 420,00	257 633,00	623 053,00
10.	Net margin,	%	- 7,20	4,71	11,91

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Валова маржа - це відсоток від загального обсягу виручки, що компанія зберігає після понесених витрат на виробництво. Чим вище маржа, тим краще для підприємства. В ПрАТ «Оболонь» бачимо зростання валової маржі на 6,3 відсоткових пункти у 2019 році. Це хороший показник діяльності враховуючи те,

що у 2019 році в компанії був збиток, у 2019 рік – став роком відновлення та стабілізації.

ЕВІТДА - показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань. У 2019 році цей показник збільшився порівняно з 2018 роком та становить 7 866 251 тис. грн. ЕВІТДА margin також зросла та 5,6 відсоткових пункти та становить 143,91%. Чиста маржа змінилася на 11,9 відсоткових пункти і становить 4,7%.

Такі показники є не дуже високими, але враховуючи той факт, що у 2018 році в компанії був збиток, ПрАТ «Оболонь» тримає правильний курс на покращення економічних показників.

Розглянемо показники фінансового стану підприємства ПрАТ «Оболонь» для оцінки функціонування підприємства:

Таблиця 2.14

Показник	Формула та розрахунки	Роки	
		2018	2019
Коефіцієнт покриття	$(\text{ОА} - \text{Витрати майбутніх періодів}) / \text{Короткострокові зобов'язання}$	0,5154	1,0406
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$(\text{ГК} + \text{Короткострокові вкладення}) / \text{Короткострокові зобов'язання}$	0,0033	0,0289
Коефіцієнт поточної ліквідності	$(\text{ОА} - \text{запаси}) / \text{поточні зобов'язання}$	0,5091	0,5714

Джерело: розраховано автором

Для аналізу ліквідності було розраховано такі коефіцієнти:

1) Коефіцієнт покриття – характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легкореалізованої частини активів – оборотних коштів.

Значення коефіцієнта значно з кожним роком збільшується, що означає, що підприємство має більше можливостей, щоб погасити поточні зобов'язання. Але нормативним значенням є 2-3, тому можна стверджувати, що ПрАТ «Оболонь» має проблемний стан платоспроможності.

2) Коефіцієнт абсолютної ліквідності – дозволяє визначити частку короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів.

Значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,2-0,3. ПрАТ «Оболонь» має значно нижчі значення даного показника, що означає, що підприємство немає достатньо грошових коштів.

3) Коефіцієнт поточної ліквідності показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості. Так як значення Кпл для ПрАТ «Оболонь» менше нормативного, а саме менше, ніж 0,6 до 2019 року, можна зробити висновок, що підприємство було недостатньо забезпечене оборотними коштами для ведення господарської діяльності, а тому не могло своєчасно погасити зобов'язання.

Таблиця 2.15

#### Показники платоспроможності ПрАТ «Оболонь»

Показник	Формула	Роки	
		2018	2019
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	ВК/Пасив балансу	0,286	0,363
Коефіцієнт фінансової стабільності	ВК/Джерела залучених коштів	0,590	0,779
Коефіцієнт фінансового левериджу	Довгострокові зобов'язання/ВК	0,259	1,116
Коефіцієнт забезпеченості власними коштами	(ВК – Вартість ОЗ)/ Вартість оборотних засобів	-2,517	-5,619

Джерело: розраховано автором

Аналіз платоспроможності ПрАТ «Оболонь» передбачав розрахунок таких показників:

1) коефіцієнт платоспроможності (автономії) показує, яку частину у загальних вкладеннях у підприємство складає власний капітал. Оптимальне значення менше 0,5, отже підприємство має невисокий ступінь автономії.

2) Показник фінансової стабільності - індикатор фінансової стійкості, який говорить про здатність компанії відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо- і довгостроковій перспективі. Значення показника вказує на те, скільки

гривень власного капіталу припадає на кожну гривню зобов'язань компанії. Високе значення говорить про низький рівень фінансових ризиків. Ситуація у 2019 р. виправилася та знаходиться в межах норми.

3) коефіцієнт фінансового левериджу відображає структуру капіталу підприємства, а також, певною мірою, ризик структури капіталу. Показує залежність підприємства від довгострокових зобов'язань. Нормативне значення показника має складати не більше 0,25. Значення коефіцієнта для ПрАТ «Оболонь» за досліджуваний період більше, ніж 0,25, тому можна зробити висновок, що підприємство залежить від довгострокових зобов'язань.

4) коефіцієнт забезпеченості власними коштами характеризує рівень забезпеченості підприємства власними джерелами формування оборотних активів, тобто показує, скільки власних джерел формування оборотних активів підприємства припадає на одиницю цих активів.

5) Нормальним вважається значення коефіцієнта  $> 0,1$ . Значення коефіцієнта для ПрАТ «Оболонь» набагато менше нормативного, що свідчить про дуже поганий рівень забезпеченості підприємством власними коштами. Такі показники спричинені несприятливими ситуаціями в компанії, кризовим періодом для підприємства, який був на межі банкрутства, але у 2019 році компанія отримала прибуток, і ситуація в подальшому зміниться на краще.

## **2.5. SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь»**

Для аналізу ефективності діяльності підприємства доцільно провести SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін та можливостей і загроз, які існують на підприємстві.

Аналіз дає можливість прогнозувати зміни на зовнішньому ринку та вчасно реагувати на зміни завдяки сильним сторонам та можливостям конкретного підприємства

Таблиця 2.16

**SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь»**

	<b>Можливості</b> освоєння нових ринків збуту; розробка нових економічно вигідних технологій; залучення інвестицій	<b>Загрози</b> Соціально- економічна ситуація в Україні. Законодавчі акти, що регулюють діяльність підприємства. висока конкуренція в галузі. Нестійке фінансове положення
<b>Сильні сторони</b> Впізнаваність та ринку, Високий рівень кваліфікації виробничого персоналу, висока якість продукції, лідерські позиції	<b>СиМ</b> Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПрАТ "Оболонь" може ввійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів, виходити на нові ринки	<b>СиЗ</b> залучення нових та збереження старих партнерів; просування старої продукції на нові ринки, підвищення конкурентоспроможності та прибутковості за допомогою впровадження новинок
<b>Слабкі сторони</b> Високий рівень залежності від кредиторів. Неєфективна реклама та стимулювання збуту (продукція залежується на складі). Низьке оновлення асортименту. Проблеми з продажами.	<b>СлМ</b> пошук інвестицій на переобладнання та оснащення основними засобами, максимальне задоволення потреб споживачів всіх соціальних класів	<b>СлЗ</b> фінансування науково- технічних розробок, зменшення витрат на виробництво, Також ПрАТ "Оболонь" має звести до мінімуму вплив інфляції, зміни смаків та потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку.

Джерело: складено автором на основі методики SWOT-аналіз [21] по даних підприємства).

З проведеного SWOT-аналізу можна стверджувати, що компанія має досить велику низку сильних сторін та можливостей, але також слабкі сторони тягнуть за собою значні проблеми для прибутковості підприємства.

ПрАТ «Оболонь» найбільший виробник напоїв в Україні. Така позиція на ринку дозволяє впроваджувати нові види продукції і розраховувати та успіх. Економічний механізм управління підприємством контролює всі сфери діяльності підприємства. Від ефективного вирощування сировини до постачання у роздрібні магазини. Тому, потрібно брати до уваги і зовнішні чинники при

плануванні та організації своєї діяльності. Потрібно посилювати слабкі сторони та постійно йти вперед, адже тільки так можна зберегти лідерські позиції.

У 2018 році в компанії був збиток, тому потрібно переглянути свою стратегію розвитку. Проблемами були стосунки з кредиторами та неефективні продажі, проте впізнаваність на ринку та висока якість продукції дозволили вийти на позитивні результати у 2019 році.

## Висновок до 2 розділу

Приватне акціонерне товариство «Оболонь» - це підприємство України, що займається виробництвом пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води, снєків тощо. Зараз «Оболонь» входить до сорока найбільших пивоварних концернів світу (за рейтингом німецького журналу Focus та є єдиною українською компанією у цьому рейтингові).

Проаналізувавши результативність підприємства можна стверджувати, що сума доходів у 2019 році зросла на 10% порівняно з 2018 роком та становить 5 784 128 тис. грн. Найбільшу частину від всіх доходів займає дохід від реалізованої продукції.

У 2018 році валовий прибуток становив 786 394 тис. грн, та у 2019 році зріс на 50%, і становить 1 188 315 тис. грн. У 2019 році операційний прибуток зріс та становить 219 688 тис. грн. Це свідчить про розвиток підприємства та вихід із кризового стану. Чистий прибуток у 2019 році становив 257 633 тис. грн.

Собівартість виробленої продукції зменшилася, і у 2019 році становила 4 277 833 тис. грн, таке зменшення пов'язане із оптимізацією процесів та краще використання наявних ресурсів.

У 2019 році EBITDA збільшилася порівняно з 2018 роком та становить 7 866 251 тис. грн. EBITDA margin також зросла та 5,6 відсоткових пункти та становить 143,91%. Чиста маржа змінилася на 11,9 відсоткових пункти і становить 4,7%. Показники фінансового стану нижче норми – це пов'язано з збитком у 2018 році та невикористаними кредитами, але аналізуючи їх динаміку в 2019 році можна прогнозувати стабілізацію компанії в найближчі роки.

З проведеного SWOT-аналізу було виявлено, що підприємство має низку сильних сторін, які дозволяють підтримувати статус лідера на українському ринку, а саме: впізнаваність на ринку, хороша репутація, високий рівень кваліфікації виробничого персоналу, висока якість продукції, можливість впроваджувати новинки. Таким чином, компанія може повністю вийти з кризового стану.

## РОЗДІЛ 3

### ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

#### 3.1. Шляхи зростання результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»

Підвищення результативності є беззаперечним пунктом кожного підприємства, тому його керівники та менеджери повинні постійно контролювати стан свого підприємства та вносити корективи для покращення роботи та більш ефективно використовувати ресурси.

Під резервами збільшення результативності виробництва мають на увазі невикористані можливості нарощування випуску продукції в розрахунку на одиницю загальних витрат за рахунок більш раціонального використання всіх видів ресурсів підприємства.

Головні шляхи збільшення продуктивності виробництва - це збільшення його технічного рівня, поліпшення управління, організації виготовлення та праці, зміна розміру і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші.

Всі заходи підвищення результативності діяльності підприємств можна звести до трьох напрямків:

1. Удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності (організаційний)
2. Управління витратами і ресурсами (ресурсний);
3. Розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності (технологічний).

Кожен з цих напрямків має бути вивчений та охарактеризований керівництвом компанії для забезпечення ефективного управління та підвищення результативності діяльності.

Дослідивши результативність діяльності ПрАТ «Оболонь» та його особливі характеристики, було виявлено ряд проблем та запропоновано шляхи вирішення цих проблем (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

**Шляхи зростання результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»**

№	Проблема	Рішення	Результат
1	2	3	4
1.	Низький рівень реклами нововведених продуктів, як наслідок – малі продажі	Запровадження сучасних рекламних заходів	Збільшення обсягів продажу, збільшення доходу
2.	Неефективний збут. Продукція довго залежується на складі		Високий попит на продукцію, зменшення часу зберігання продукції на складі
3.	Висока частка застарілого обладнання, що тягне за собою додаткові витрати	Інвестування в сучасні лінії та техніку	Збільшення обсягів виробництва, підвищення продуктивності праці
4.	Висока плинність кадрів	Створення системи стимулювання праці	Підвищення виробітку та ефективності виробництва
5.	Невиплачені кредитні зобов'язання	Перегляд стратегії розвитку, збільшення обсягів продажу, підвищення ефективності виробництва	Стабілізація фінансового стану, утримання лідерських позицій на ринку
6.	Низький рівень інновацій	Інвестування в розробки та впровадження новинок	Залучення нових груп населення, збільшення продажів

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

ПрАТ «Оболонь» нещодавно ввели нову продукцію на ринок – слабогазовані напої та нові види пива. Проте, через малу кількість та неефективність рекламних заходів керівники не отримали бажаних результатів доходу. Також вже наявні продукти залежуються на складі через неефективну

логістику. Нова хвиля реклами зможе відновити попит споживачів на вже існуючі товари та зацікавити їх в придбанні новинок.

Проблемою в ПрАТ «Оболонь» є висока частка застарілого обладнання, що потребує інвестицій. Таке рішення допоможе не тільки оновити технічну базу, а й дозволить скоротити витрати часу, затрати на ремонт, заробітну плату додаткових працівників та відрахування з неї. Нове обладнання дозволить підвищити конкурентоспроможність компанії та підвищить виробіток.

Людський потенціал відіграє важливу роль в забезпеченні ефективності та результативності діяльності підприємства. Працівники здатні генерувати інноваційні рішення та ідеї щодо вдосконалення господарських процесів на підприємстві. Тому важливо інвестувати кошти на стимулювання працівників до розвитку.

Це можуть бути курси підвищення кваліфікації, додаткові премії, публічне визнання найкращих співробітників, різні бонуси тощо. Покращуючи мотивацію працівників до підвищення продуктивності та виробітку компанія зможе отримати значно більші доходи та ефективність діяльності.

ПрАТ «Оболонь» має несплачені кредити та додаткові витрати на виплачування відсотків за кредит. Погашення боргу є одним із основних завдань керівництва компанії. Додаткові витрати утримують підприємство від можливості інвестувати власні кошти в розробки новинок та модернізації обладнання. Тому, є питання щодо підвищення результативності підприємства та забезпечення ефективного виробництва продукції.

Стабільність компанії є важливим в сьогоденних умовах, та особливо підкреслюється позицією лідера на українському ринку напоїв. Вирішити питання виплати боргу та відсотків за кредит має початися з перегляду стратегії розвитку та збільшення результативності показників діяльності.

Проблемою в компанії є низький рівень інновацій, які необхідні для оптимізації процесу та скорочення витрат. Так, інвестуючи в розробки, інноваційні технології та новітні продукти для залучення додаткових груп населення можна отримати прибутки та налагодити систему збуту.

Для вирішення проблем керівництво потрібно зосереджуватися на сильних сторонах компанії та більш ефективно використовувати наявні ресурси.

### **3.2. Застосування рекламної кампанії та CRM – система для підвищення результативності діяльності підприємства**

У 2018 році компанія мала збитки через неефективну рекламу та не стимулювання збуту (продукція залежувалася на складі). Було низьке оновлення асортименту, і як наслідок - проблеми з продажами. У 2019 році компанія стабілізувала свої позиції, і у 2020 році розпочала заходи щодо покращення результативності.

ПрАТ «Оболонь» розпочало виробництво мінеральної води ТМ «Оболонська» слабої газациї. Ексклюзивна новинка у ПЕТ форматі об'ємом 1,5 літра розроблена та впроваджена спеціально для всеукраїнської мережі супермаркетів «АТБ».

«Оболонська слабогазована» — це природна столова гідрокарбонатна складного катіонного складу мінеральна вода, що рекомендована для щоденного споживання. Вона має оптимальний склад мінералів та мікроелементів, зокрема містить кальцій, магній, калій та натрій. Регулює водний баланс, здійснює загальний оздоровчий вплив на організм та є невід'ємною частиною здорового харчування всієї родини. «Оболонська» видобувається з найчистіших артезіанських свердловин Юрського горизонту глибиною 290 м.

Впровадження нового продукту дозволить освіжити пам'ять споживача та урізноманітнити вибір споживача «Оболоні». Проте, для забезпечення успіху у впровадженні нового товару потрібно залучити додаткову рекламу.

За допомогою реклами продукція стане більш популярною та впізнаваною – це дозволить збільшити продажі та покращити збутову систему, адже продукція буде скоріше продаватися, а не залежуватися на складі.

Користуючись тим, що ПрАТ «Оболонь» виготовляє якісну продукцію та має хорошу репутацію, а також додатковою рекламою компанія зможе отримати додатковий прибуток, а також нових споживачів, які не вживають алкогольних напоїв та солодких газованих напоїв.

Орієнтація в рекламі буде на корисність та безпечність нової продукції та орієнтацію на новий модний ринок екологічно чистої продукції без цукру, хімікатів та шкідливих речовин. Також цей продукт розширить вікові групи споживачів, адже якщо алкогольні напої розраховані тільки на осіб досягнувши 18 років та вище, цей слабогазований напій можна всім без винятку.

Для підвищення результативності діяльності підприємства, конкурентоспроможності на гнучкому ринку та нарощення прибутку необхідно збільшити обсяги продажів за допомогою залучення нових клієнтів через засоби масової реклами які здійснюють ефективну збутову діяльність, а основними заходами для її реалізації є: розміщення в мережі Інтернет, налаштування сайту та аналітика усіх рекламних кампаній, ефективніша реклама на телебаченні, підтримка соціальних заходів в якості спонсора. Розглянемо детальніше, які види послуг необхідні для реклами.

Таблиця 3.2

## Розрахунок вартості рекламних послуг

№	Назва рекламної послуги	Вартість послуги, грн	Кількість	Усього, грн
1.	Контексна реклама	5500	120	660 000
2.	Реклама на телебаченні	6000	120	720 000
3.	Поглиблене налаштування контексної реклами	900	90	81 000
4.	SEO-оптимізація	3000	70	210 000
5.	Google Analytics	150	50	7 500
6.	JPG банера	1850	80	148 000
7.	GIF банера	2600	80	208 000
8.	Всього			2 034 500

Джерело: розраховано автором

Тобто, за рік вартість рекламних послуг складає 2 034,5 тис. грн. Щоб налаштувати рекламну кампанію та для моніторингу ринку потрібно найняти маркетолога, його посадовий оклад становить 20000 грн. в місяць, тобто за рік складатиме 240000 грн. Відрахування з його заробітної плати – 52800 грн.

Загальні витрати на залучення маркетолога становлять :  $240000 + 52800 = 292800$  грн.

Оскільки працівнику необхідно мати добре оснащене місце для роботи, то доцільно також підрахувати витрати на створення робочого місця для нового працівника:

*Таблиця 3.3.*

### **Витрати на створення додаткового робочого місця**

<b>Назва</b>	<b>Кількість, шт</b>	<b>Вартість, 1 шт</b>	<b>Сума, грн</b>
Стіл	1	4 500	4 500
Стілець	1	800	800
Комп'ютер	1	15 000	15 000
Телефон	1	1 200	1 200
Разом	-	-	21 500

*Джерело: сформовано автором*

Також необхідно оптимізувати роботу відділу збуту та налагодити зв'язки з клієнтами. Для цього треба оновити та налагодити функціонування CRM – системи.

CRM – система дозволяє об'єднати в налагоджену систему багато різних документів, таблиць та контактів клієнтів. Це скорочує час та дозволяє захопити набагато більший масив даних не втрачаючи жодного клієнта.

В конкурентній боротьбі важливо швидко та чітко виявляти потреби клієнтів та бути гнучким щодо змін на ринку чи вподобань кінцевих споживачів.

У CRM – систему входять програми для збору даних про клієнтів, управління угодами, контролю за менеджерами, аналітики і прогнозування. Система спрощує рутину, прискорює прийняття правильних рішень і виключає помилки.

CRM - система необхідна для:

- не втратити потенційного клієнта, не пропустити жодного вхідного дзвінка і запиту. В позиції лідера на ринку така функція є необхідною, адже компанія є великою та має докладати всі зусилля для залучення потоку нових клієнтів;
- контролювати роботу співробітників і стандартизувати роботу з клієнтами. Інформацію про всі вхідні та вихідні контактах буде знаходитися в одному сховищі, звідки її можна в будь-який момент отримати.
- накопичувати статистичну базу. Завдяки використанню CRM-системи вся робоча інформація збирається в єдиній загальній базі даних в стандартизованому вигляді, тобто керівник може аналізувати роботу і планувати подальшу більш усвідомлено.
- надавати готові рішення, які можуть бути використані для побудови власної системи роботи.
- Спираючись на статистику та аналіз, можна прогнозувати виручку і планувати розвиток підприємства.

Для оновлення клієнтської бази та модернізації CRM – системи потрібні такі вкладення:

*Таблиця 3.4*

#### **Розрахунок витрат на оновлення CRM – системи**

<b>Назва</b>	<b>Вартість, грн</b>
Оновлення клієнтської бази	25000

Джерело: складено автором на основі розрахунків

CRM – система дозволяє:

- враховувати всіх потенційних клієнтів;
- враховувати переваги постійних клієнтів;
- відстежувати комерційні пропозиції, замовлення, оплати;
- бачити всі угоди, контакти в одній базі;
- оптимізувати роботу співробітників;
- залишати аналітичні звіти.

Залучення реклами та оптимізація процесів з клієнтами дозволить підприємству збільшити результативність діяльності за допомогою збільшення продажів та зменшення витрат на зберігання продукції. Отже, запропоновані заходи будуть коштувати підприємству :

Таблиця 3.5

### Витрати на впровадження заходів

№	Показник	Сума, грн
1	2	3
1.	Витрати на рекламну кампанію	2 034 500
2.	Витрати на заробітну плату маркетолога	292 800
3.	Витрати на створення нового робочого місця	21 500
4.	Витрати на оновлення CRM – системи	25 000
5.	<b>Разом</b>	<b>2 373 800</b>

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Для того, щоб зрозуміти який можливий приріст результативності підприємства після впровадження заходів було опитано 20 фахівців з реклами та збуту різних харчових підприємств.

Метою опитування стало отримання інформації від експертів в галузі економіки, маркетингу, реклами та збуту щодо можливої зміни результативності діяльності підприємства після впровадження заходів з додаткової реклами та оновлення CRM – системи. Для оцінки зміни результативності діяльності підприємства потрібно комплексно підходити до цього питання, аналізуючи не тільки внутрішні чинники такі як можливий потенційний обсяг вироблення продукції, витрати на потрібну сировину і матеріали, а й тенденції на ринку, купівельна спроможність громадян, погляд на компанію з іншого боку, тобто, впізнаність на ринку, репутація тощо. Саме для цього проведено опитування, після якого можна стверджувати, що ситуація оцінена з різних ракурсів.

Методом опитування фахівців (анкета опитування див. додаток 5) було виявлено, що в середньому прибуток підприємства може зрости на 7%. Результати опитування відображено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

<b>Учасник</b>	<b>Прогноз фахівця щодо зростання прибутковості, %</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Особа 1	9
Особа 2	4
Особа 3	5
Особа 4	8
Особа 5	7
Особа 6	5
Особа 7	8
Особа 8	10
Особа 9	12
Особа 10	4
Особа 11	5
Особа 12	8
Особа 13	2
Особа 14	11
Особа 15	9
Особа 16	4
Особа 17	5
Особа 18	8
Особа 19	8
Особа 20	8
<b>Середнє значення</b>	<b>7</b>

Джерело: складено автором на основі опитування (додаток 7)

З даної таблиці бачимо, що думки експертів різняться, але в середньому показник збільшення результативності діяльності підприємства був оцінений як 7% приросту чистого прибутку від показника 2019 року. Даний підхід зумовив нас припустити, що після впровадження заходів щодо залучення реклами та оновлення CRM – системи результативність збільшиться.

Значення в +7% до показника прибутку в 2019 році є оптимістичним та реальним відштовхуючись від думки фахівців та аналізу діяльності ПрАТ «Оболонь» за 2018-2019 роки.

Захід щодо оновлення CRM – системи та рекламної кампанії має привести компанію до збільшення продажів та оптимізації зв'язків з клієнтами. Розглянемо ефект від впровадження заходу:

Таблиця 3.7

**Ефект від впровадження заходів**

<b>№</b>	<b>Показник</b>	<b>Значення, грн</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1.	Вартість впровадження заходу	2 373 800
2.	Чистий прибуток у 2019 році	257 633 000
3.	Прогнозований чистий прибуток у плановому році	275 667 310
4.	Ефект від впровадження заходу	15 660 510
5.	Коефіцієнт економічної ефективності інвестицій	6,597
6.	Термін окупності	0,15 (2 місяці)

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Визначивши показники результативності діяльності підприємства можна зробити висновок, що даний захід має високу ефективність та низький термін окупності. Даний захід розрахований на період до одного року, тому дисконтування прибутковості та терміну окупності вважається не доцільним.

Проводячи рекламні заходи та оновлення CRM – системи має на меті не тільки підвищення результативності підприємства, а й підвищити інтерес споживача до продукції ПрАТ «Оболонь».

Рекламні заходи будуть націлені на зацікавлення споживача до нової позиції «Оболонська слабогазована» та нагадування про іншу продукцію. Таким чином, запропоновані заходи мають підвищити результативність діяльності підприємства та підтримувати лідерські позиції на українському ринку.

Після впровадження рекламних заходів очікується збільшення попиту на продукцію та більший потік клієнтів. Для того, щоб не втратити потенційних клієнтів на продукцію через збільшення попиту потрібно впровадити CRM – систему, яка допоможе оптимізувати всі телефонні дзвінки та замовлення через інтернет сайт. CRM – система зберігає в собі дані щодо кожного клієнта, обсягів замовлення, історії замовлення, якщо це не новий клієнт та реквізити клієнта.

На основі таких даних можна побудувати аналітичний прогноз щодо замовлення продукції на наступний місяць та визначити яка продукція є найбільш цікавою для споживача.

### **3.3. Оцінка результативності діяльності підприємства після впровадження заходів**

Реклама – це ефективний засіб збільшення продажів. Охоплення всіх груп споживачів на різних платформах дозволить нагадувати покупцю про новий товар та підштовхувати спробувати корисну новинку. CRM – система дозволить оптимізувати зв'язки з клієнтами та унеможливити втрати запитів клієнтів пов'язаних з більшим попитом на продукцію.

Розглянемо як зміняться фінансові показники діяльності ПрАТ «Оболонь»:

*Таблиця 3.8*

#### **Порівняльна таблиця зміни фінансових результатів підприємства після впровадження запропонованих заходів (тис. грн.)**

<b>№</b>	<b>Показники</b>	<b>2019</b>	<b>Плановий рік</b>	<b>Абсолютне відхилення</b>
1.	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	5 466 148	5 848 778,360	+382 630,360
2.	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	4 277 833	4 577 281 310	+299 448 310
3.	Витрати на оплату праці, тис. грн	626 692	626 984	+292,8
4.	Чистий прибуток, тис. грн.	257 633	275 667,31	+18 034,31
5.	Рентабельність підприємства, %	6,02	6,44	+0,422

Джерело: розраховано автором

З даної таблиці бачимо, що запропонований захід щодо реклами продукції та оновлення CRM – системи підвищує результативність діяльності підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 382 630,360 тис. грн порівняно з 2019 роком. У зв'язку з прийняттям на роботу нового працівника у відділ маркетингу витрати на оплату праці зросли на 292,8 тис. грн та у плановому році становитимуть 626 984 тис. грн.

Чистий прибуток збільшиться на 7% та становитиме 275 667,310 тис. грн. Важливим показником є зростання рентабельності підприємства на 0,04 відсоткові пункти. Такий приріст є позитивним, адже компанія тільки стабілізується на ринку після значних фінансових витрат пов'язаних з виплатами кредитів та іншими витратами.

Рекламні заходи будуть націлені на збільшення обсягів продажу, та на забезпечення зростання результативності підприємства. Після впровадження реклами та збільшення попиту на продукцію важливим є швидке оформлення замовлення для клієнтів. На ринку, де висока конкуренція треба бути гнучким до змін та вподобань споживачів. Для того, щоб могли аналізувати вподобання споживачів через найпопулярніші замовлення тих чи інших товарів, пропонується запровадити CRM – систему.

CRM – система зберігає дані клієнтів та їх минулі замовлення. Виходячи з минулих замовлень є можливість проаналізувати та спрогнозувати обсяги та групи товарів для замовлення на наступний місяць. Також такий аналіз дозволяє керівникам зрозуміти які товари потребують додаткової реклами, змін в складі чи упакуванні та які виробництво яких товарів потрібно скоротити через невідповідність попиту споживача.

Таким чином, впровадження заходів з реклами та оновлення CRM – системи принесуть підприємству ПрАТ «Оболонь» збільшення результативності діяльності.

### Висновок до розділу 3

Підвищення результативності діяльності підприємства являється основною умовою його успішної, ефективної діяльності, підґрунтям стійкого розвитку та максимально прибуткового функціонування.

Результативність діяльності підприємства може зростати при ефективному використанні всіх наявних ресурсів та оптимізації процесів на всіх ланках діяльності підприємства.

Було виявлено, що ПрАТ «Оболонь» мало проблеми з фінансовим станом та результативністю діяльності. Саме тому, рекомендовано запровадити рекламні заходи для підвищення попиту на продукцію та збільшення прибутковості.

При збільшенні запитів клієнтів щодо продажів виробленої продукції потрібно оптимізувати систему збуту, а саме якість та швидкість приймання замовлення, зберігання даних споживачів пов'язаних з кількістю і номенклатурою замовлення та забезпечення відповідного рівня обслуговування всіх постійних клієнтів. Для цього, було запропоновано оновити CRM – систему, в якій менеджери зможуть виконувати всі поставлені задачі заощаджуючи час. Важливим є також те, що CRM – система синхронізує всі дані по різних джерелам та надає повних аналітичний звіт по кожному клієнту та його вибраної позиції.

Запропонований захід щодо реклами продукції та оновлення CRM – системи підвищує результативність діяльності підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 382 630,360 тис. грн порівняно з 2019 роком. У зв'язку з прийняттям на роботу нового працівника у відділ маркетингу витрати на оплату праці зросли на 292,8 тис. грн та у плановому році становитимуть 626 984 тис. грн. Чистий прибуток збільшиться на 7% та становитиме 275 667,310 тис. грн. Збільшення рентабельності підприємства на 0,04 відсоткові пункти свідчить про зростання результативності підприємства після впровадження рекомендованих заходів.

## ВИСНОВОК

Дослідивши поняття результативності діяльності підприємства, можна стверджувати, що підвищення результативності є основним завданням керівника компанії. Для підприємства, результативність є головним показником діяльності на який націлені всі процеси. Оптимізація всіх ланок виробництва та збуту продукції сприяє зростанню результативності та збільшення можливостей для розвитку.

Приватне акціонерне товариство «Оболонь» - це підприємство України, що займається виробництвом пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води, снєків тощо. Зараз «Оболонь» входить до сорока найбільших пивоварних концернів світу (за рейтингом німецького журналу Focus та є єдиною українською компанією у цьому рейтингові).

Проаналізувавши результативність підприємства можна стверджувати, що сума доходів у 2019 році зросла на 10% порівняно з 2018 роком та становить 5 784 128 тис. грн. Найбільшу частину від всіх доходів займає дохід від реалізованої продукції.

У 2018 році валовий прибуток становив 786 394 тис. грн, та у 2019 році зріс на 50%, і становить 1 188 315 тис. грн. У 2019 році операційний прибуток зріс та становить 219 688 тис. грн. Це свідчить про розвиток підприємства та вихід із кризового стану. Чистий прибуток у 2019 році становив 257 633 тис. грн.

Собівартість виробленої продукції зменшилася, і станом на 2019 рік становила 4 277 833 тис. грн, таке зменшення пов'язане із оптимізацією процесів та краще використання наявних ресурсів.

У 2019 році EBITDA збільшилася порівняно з 2018 роком та становить 7 866 251 тис. грн. EBITDA margin також зросла та 5,6 відсоткових пункти та становить 143,91%. Чиста маржа змінилася на 11,9 відсоткових пункти і становить 4,7%.

Показники фінансового стану нижче норми – це пов’язано з збитком у 2018 році та невикористаними кредитами, але аналізуючи їх динаміку в 2019 році можна прогнозувати стабілізацію компанії в найближчі роки.

З проведеного аналізу було виявлено, що підприємство має низку сильних сторін, які дозволяють підтримувати статус лідера на українському ринку, а саме: впізнаваність на ринку, хороша репутація, високий рівень кваліфікації виробничого персоналу, висока якість продукції, можливість впроваджувати новинки.

Було виявлено також ряд проблем, вирішивши які компанія зможе підвищити результативність діяльності та оптимізувати господарські процеси.

ПрАТ «Оболонь» нещодавно ввели нову продукцію на ринок – слабогазовані напої та нові види пива. Проте, через малу кількість та неефективність рекламних заходів керівники не отримали бажаних результатів доходу. Також вже наявні продукти залежуються на складі через неефективну логістику. Нова хвиля реклами зможе відновити попит споживачів на вже існуючі товари та зацікавити їх в придбанні новинок.

Проблемою в ПрАТ «Оболонь» є висока частка застарілого обладнання, що потребує інвестицій. Таке рішення допоможе не тільки оновити технічну базу, а й дозволить скоротити витрати часу, затрати на ремонт, заробітну плату додаткових працівників та відрахування з неї. Нове обладнання дозволить підвищити конкурентоспроможність компанії та підвищить виробіток.

Плинність кадрів в компанії показує, що кошти виділені на стимулювання працівників використовуються неефективно або цієї суми замало. Тому важливо інвестувати кошти на стимулювання працівників до розвитку. Це можуть бути курси підвищення кваліфікації, додаткові премії, публічне визнання найкращих співробітників, різні бонуси тощо. Покращуючи мотивацію працівників до підвищення продуктивності та виробітку компанія зможе отримати значно більші доходи та ефективність діяльності.

ПрАТ «Оболонь» має невикористані кредити та додаткові витрати на виплачування відсотків за кредит. Погашення боргу є одним із основних завдань

керівництва компанії. Додаткові витрати утримують підприємство від можливості інвестувати власні кошти в розробки новинок та модернізації обладнання. Тому, є питання щодо підвищення результативності підприємства та забезпечення ефективного виробництва продукції. Стабільність компанії є важливим в сьогоднішніх умовах, та особливо підкреслюється позицією лідера на українському ринку напоїв. Вирішити питання виплати боргу та відсотків за кредит має початися з перегляду стратегії розвитку та збільшення результативності показників діяльності.

Проблемою в компанії є низький рівень інновацій, які необхідні для оптимізації процесу та скорочення витрат. Так, інвестуючи в розробки, інноваційні технології та новітні продукти для залучення додаткових груп населення можна отримати прибутки та налагодити систему збуту.

Запропонований захід щодо реклами продукції та оновлення CRM – системи підвищує результативність діяльності підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 382 630,360 тис. грн порівняно з 2019 роком. У зв'язку з прийняттям на роботу нового працівника у відділ маркетингу витрати на оплату праці зросли на 292,8 тис. грн та у плановому році становитимуть 626 984 тис. грн. Чистий прибуток збільшиться на 7% та становитиме 275 667,310 тис. грн. Збільшення рентабельності підприємства на 0,04 відсоткові пункти свідчить про зростання результативності підприємства після впровадження рекомендованих заходів.

Рекламні заходи та оновлення CRM – системи впливають на результативність підприємства та стимулюють розвиток всього підприємства. При оптимізації зв'язків з клієнтами та залучення реклами впізнаваність бренду зросте, та збільшить можливості для стабілізації діяльності компанії на ринку після збиткових періодів та фінансових витрат пов'язаних з кредитуванням.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни [Електронний ресурс] / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. - 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання-Прес, 2006. – 287 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник]. – 2-ге вид., доповн. і перероб. / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2015. – 624 с.
3. Багацька К. В. Фінансовий аналіз : підручник / К. В. Багацька, Т. А. Говорушко, О. О. Шеремет; Нац. ун-т харч. технологій. - Київ : НУХТ, 2014. - 319 с.
4. Бакай С. С. Словник з теорії організації: [навч. посіб.] / С. С. Бакай, С. О. Білун, А. В. Світлична; за ред. д.е.н., проф. С. С. Бакая. – Полтава, 2016. – 65 с.
5. Березівський П. С. Організація виробництва в аграрних формуваннях: [навч. посіб.] / П. С. Березівський, Н. І. Михалюк; за ред. П. С. Березівського. – К. : Центр навчальної літератури, 2015. – 560 с.
6. Беялов Т. Е. Управління фінансовою стійкістю підприємства / Т. Е. Беялов, В. В. Калашніков // Формування ринк. відносин в Україні : зб. наук. пр. - 2018. - № 1. - С. 87-93.
7. Бланк І. О. Управління фінансами підприємств : підручник / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, В. С. Андрієць ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - 2-ге вид., перероб. і допов. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. - 791 с.
8. Вігуржинська С. Ю. Економіка підприємства : [навч. посіб.] / Вігуржинська С. Ю., Басюркіна Н. Й., Свистун Т. В.; [за ред. С.Ю. Вігуржинської]. - Одеса : Гуляєва В. М. [вид.], 2018. - 115 с.
9. Вісник корпорації «Оболонь» 2018 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://issuu.com/obolon/docs/\\_\\_\\_\\_\\_2018](https://issuu.com/obolon/docs/_____2018)
10. Вісник корпорації «Оболонь» 2019 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://issuu.com/obolon/docs/\\_\\_\\_\\_\\_2019](https://issuu.com/obolon/docs/_____2019)

11. Власюк Н. І. Фінансовий аналіз : навч. посіб. для студентів напряму підгот. «Фінанси і кредит» / Н. І. Власюк; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. - Львів : Вид-во ЛКА, 2016. - 311 с.
12. Гаєвська Л. М. Економіка і організація діяльності об'єднань підприємств : навч. посіб. / Л. М. Гаєвська, О. І. Марченко ; Ун-т держ. фіск. служби України. - Ірпінь : УДФСУ, 2018. - 190 с.
13. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємств: діагностика, стратегія, ефективність. – К.: Вища шк., 1995. – 265 с.
14. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. Посібник.- 2-ге видання. /О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - С. 488.
15. Говорушко Т. А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : [монографія] / Т. А. Говорушко, Н. І. Клімаш. – К. : Логос, 2013. – 204 с.
16. Голодец Б.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки. Москва, 2017. 38 с.
17. Господарський кодекс України [від 16 січня 2003 р. № 436-IV із змінами та доповненнями] // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18. – С. 22 - 24.
18. Гриньова В.М. Коюда В. О. Фінанси підприємств : Навчальний посібник – 2-ге вид., перероб. і доповнене. Київ, 2004. 424 с.
19. Деєва М.М., Дедіков О.І. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. Київ, 2017.328с.
20. Економіка результативності діяльності підприємства: монографія / О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 362 с.
21. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. К.: Знання. 2007. 1072 с.
22. Зубков Д. О. Планування підвищення прибутковості діяльності підприємства в ринкових умовах / Д. О. Зубков // Руснаука. – 2010.
23. Зятковський І.В. Фінанси підприємств: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.. — К.: Кондор, 2013. — 364 с.

24. Ілляшенко О. В. Механізми системи економічної безпеки підприємства: монографія / О. В. Ілляшенко. – Х.: Мачулін, 2016. – 504 с.
25. Кальченко О. Оцінка фінансової стійкості підприємств промисловості / О. Кальченко, І. Михайленко // Проблеми і перспективи економіки та упр.. - 2017. - № 1. - С. 106-111.
26. Квасницька Р. С. Практичні аспекти формування оптимальної структури капіталу підприємств / Р. С. Квасницька // Фінанс.-кредит. діяльність: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. - 2017. - Вип. 2. - С. 140-147.
27. Клинько Т. С. Шляхи і резерви підвищення прибутковості підприємства / Т.С. Клинько // Збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 18-22 листопада 2019 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2019. – С.168.
28. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : Навч. посіб. / І. В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 697 с.
29. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз і планування: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Дніпропетровська академія управління, бізнесу та права. Кафедра фінансів і банківської справи. Д.: Видавництво ДАУБП, 2015. — 224 с.
30. Кудренко Н. Теоретико-методичні підходи до оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств / Н. Кудренко // Економіка. – 2014. – № 24. – С. 61–67.
31. Кульчицький М.І. Економічне регулювання розвитку виробничої сфери в регіоні: Дис. канд. екон. наук: 08.06.02 / НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л.: Каменяр, 2015. — 161 с.
32. Левченко, Ю. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / Ю. Г. Левченко. – К. : Кондор-Видавництво, 2014. – 448 с.
33. Мельник В.М. Основи економічного аналізу: Короткий теоретико-методологічний курс : навчальний посібник для студ. ВНЗ. Київ, 2003. 128 с.
34. Мочерний С.В. Політична економія : [навч. посібник] / С.В. Мочерний, Я.С. Мочерна. – 2-ге вид., випр. ідоп. – К. : Знання, 2007. – 684 с.
35. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. Київ, 2003. – 278 с.

36. Мних Є.В. Економічний аналіз : підручник для студ. ВНЗ. Київ, 2003. 412с.
37. Назаренко І. М. Фінансовий аудит «Балансу (Звіту про фінансовий стан)» підприємства: організаційно-методичні аспекти та процес алгоритмізації / І. М. Назаренко // Бізнес Інформ. - 2017. - № 4. - С. 308-313.
38. Ніколаєнко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №6. – С. 180 – 191
39. Нижник В.М. Управління підприємством: організаційно-економічний аспект: монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. В.М. Нижник, доц. М.В. Ніколайчука. Хмельницький: ХНУ. 2010. 389 с.
40. Отенко І. П. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / І. П. Отенко, Г. Ф. Азаренков, Г. А. Іващенко; Харків. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. - Харків, 2015. - 155 с.
41. Офіційний сайт ПрАТ «Оболонь». Електронний ресурс. Режим доступу: [<https://obolon.ua/ua>]
42. Петрович И.М. Атаманчук Р.П. Производственная мощность и экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М 2013. – 298 с.
43. Петряєва З.Ф. Фінансовий аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. / Харківський держ. економічний ун-т. — Х.: ХДЕУ, 2016. — 164 с.
44. Плисак В.Й. Управління ризиком фінансової стійкості підприємства // Фінанси України - №1, 2016 р. с 67 – 72.
45. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
46. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 3 “Звіт про фінансові результати”
47. Примак Т.О. Економіка підприємства: Навч . посіб. / Примак Т. О - К.: Вікар , 2002.- С. 176
48. Рубаха М. Теоретичні аспекти дослідження фінансового планування на підприємстві / М. Рубаха, А. Галайко // Наук. вісн./Одес. нац. екон. ун-т. - 2016. - № 5. - С. 143-156.
49. Савицька О. М., Салабай В. О. Збалансована система показників : вимір ефективності управління діяльністю підприємства / Перспективні напрямки

розвитку економіки, фінансів, обліку, менеджменту та права: теорія і практика: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 березня 2019 р.): у 3 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч. 1. С. 28–30.

50. Савицька О. М., Салабай В. О. Особливості методології оцінювання ефективності та результативності в управлінні фінансово-господарською діяльністю підприємства // Сучасні підходи до управління підприємством : зб. тез доп. X Всеукр. наук.-практ. конф., 11 квіт. 2019 р. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2019. С. 152.

51. Теоретична сутність понять економічна ефективність та ефективність діяльності: наук. ст. / [Ю.В. Чучук]. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

52. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. Київ, 2003. 554 с.

53. Тикин В. С. Эффективность – не коэффициент / В. С. Тикин // Экономические науки. – 2009. – №7(56). – С. 94–97.

54. Ткачова О. Ефективність державного управління: поняття та підходи до оцінювання / О. Ткачова // Вісник Національної академії державного управління. – 2015. – С. 30–37.

55. Хрипач В.Я. Экономика предприятия. – Минск: Лата, 2014. – 254 с.

56. Хрущ Н.А., Доценко В.В. Аналіз сучасних підходів до визначення сутності фінансових ресурсів підприємства. Хмельницький, 2015. С. 274-277.

57. Швець В. Е. К вопросу определения результативности и эффективности СМК / В. Е. Швець // Методы менеджмента качества. – 2014. – №6. – С. 4–8

58. Шиян Д.В., Строченко Н.І. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. — К.: А.С.К., 2018. — 229 с.

59. Шляга О. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства / О. В. Шляга, М. В. Гульцев. – 2014.

60. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект / А. О. Ярославський. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – №12. – С. 174–177.

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

		КОДИ
	Дата	19.02.2020
Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	за ЄДРПОУ 05391057
Територія		за КОАТУУ
Організаційно- правова форма господарювання		за КОПФГ
Вид економічної діяльності		за КВЕД
Середня кількість працівників: 3460		
Адреса, телефон: 04212 Київ, Богатирська, 3, (044) 412-84-10		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку	<input type="checkbox"/>	
за міжнародними стандартами фінансової звітності	<input checked="" type="checkbox"/>	

**Консолідований баланс  
(Звіт про фінансовий стан)  
на 31.12.2019 р.  
Форма №1-к**

Код за ДКУД 

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	6 857	6 026
первісна вартість	1001	43 396	43 963
накопичена амортизація	1002	( 36 539 )	( 37 937 )
Незавершені капітальні інвестиції	1005	20 201	18 141
Основні засоби	1010	4 867 736	4 611 402
первісна вартість	1011	11 940 760	12 003 847
знос	1012	( 7 073 024 )	( 7 392 445 )
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	( 0 )	( 0 )
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	( 0 )	( 0 )
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	109 397	57 581
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Гудвіл при консолідації	1055	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0

Інші необоротні активи	1090	14	14
Усього за розділом I	1095	5 004 205	4 693 164
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	719 638	753 270
Виробничі запаси	1101	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	203 818	260 966
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	89 746	44 300
з бюджетом	1135	35 310	51 330
у тому числі з податку на прибуток	1136	5 475	4 813
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9 897	18 911
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	16 876	16 228
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	30 659	18 927
Усього за розділом II	1195	1 105 944	1 163 932
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6 110 149	5 857 096

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73 144	73 144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	2 763 289	2 603 868
Додатковий капітал	1410	5 997	1 916
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-746 302	-329 248
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 13 580 )	( 13 580 )
Інші резерви	1435	0	0

Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 082 548	2 336 100
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	542 401	426 702
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	487 124	180 402
Інші довгострокові зобов'язання	1515	267 953	260 062
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	1 297 478	867 166
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	1 419 600	1 395 479
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	1 021 281	909 794
розрахунками з бюджетом	1620	91 167	104 445
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	164
розрахунками зі страхування	1625	5 926	6 382
розрахунками з оплати праці	1630	44 447	57 270
одержаними авансами	1635	64 560	120 483
розрахунками з учасниками	1640	1 876	1 876
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	11 462	13 639
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	69 804	44 462
Усього за розділом III	1695	2 730 123	2 653 830
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6 110 149	5 857 096

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

## ДОДАТОК Б

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	Дата за ЄДРПОУ	КОДИ
			18.02.2020
			05391057

**Консолідований звіт про фінансові результати**  
**(Звіт про сукупний дохід)**  
за 2019 рік  
Форма №2-к  
I. Фінансові результати

Код за ДКУД 1801008

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 466 148	5 078 764
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	( 0 )	( 0 )
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 277 833 )	( 4 292 370 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	1 188 315	786 394
збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	62 681	85 301
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 337 100 )	( 303 955 )
Витрати на збут	2150	( 661 989 )	( 675 489 )
Інші операційні витрати	2180	( 32 219 )	( 20 451 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	219 688	0
збиток	2195	( 0 )	( 128 200 )

Дохід від участі в капіталі	2200	39 058	90 188
Інші фінансові доходи	2220	280	4 259
Інші доходи	2240	216 198	6 725
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 329 215 )	( 275 269 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 1 418 )	( 23 505 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	144 591	0
збиток	2295	( 0 )	( 325 802 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	113 042	-39 618
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	257 633	0
збиток	2355	( 0 )	( 365 420 )

## II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	-4 081	-2 902
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-4 081	-2 902
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	( 0 )	( 0 )
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-4 081	-2 902
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>253 552</b>	<b>-368 322</b>
<b>Чистий прибуток (збиток), що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
<b>Сукупний дохід, що належить:</b>			
власникам материнської компанії	2480	0	0
неконтрольованій частці	2485	0	0

## III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 157 057	3 267 238
Витрати на оплату праці	2505	626 692	529 153
Відрахування на соціальні заходи	2510	132 414	113 058
Амортизація	2515	422 999	457 032
Інші операційні витрати	2520	1 159 110	1 296 562
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>5 498 272</b>	<b>5 663 043</b>

## IV. Розрахунок показників прибутковості акцій



## ДОДАТОК В

Підприємство	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОБОЛОНЬ"	Дата за ЄДРПОУ	КОДИ
			19.02.2020
			05391057

## Консолідований звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

За 2019 рік  
Форма №3-к

Код за ДКУД 1801009

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
<b>I. Рух коштів у результаті операційної діяльності</b>			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	7 256 866	7 045 899
Повернення податків і зборів	3005	700	0
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	0
Цільового фінансування	3010	5 572	5 384
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	138 664	71 276
Надходження від повернення авансів	3020	14 299	2 229
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	273	1 478
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	9	0
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	151 723	60 606
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	( 4 550 959 )	( 4 511 185 )
Праці	3105	( 506 786 )	( 440 557 )
Відрахувань на соціальні заходи	3110	( 130 046 )	( 115 726 )
Зобов'язань з податків і зборів	3115	( 1 793 898 )	( 1 614 407 )
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	( 304 )	( 4 613 )
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	( 438 364 )	( 301 943 )
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	( 1 355 230 )	( 1 307 851 )
Витрачання на оплату авансів	3135	( 45 259 )	( 0 )
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	( 21 999 )	( 4 930 )
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	( 6 910 )	( 3 744 )
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	( 0 )	( 0 )
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	( 0 )	( 0 )
Інші витрачання	3190	( 44 887 )	( 46 449 )
<b>Чистий рух коштів від операційної діяльності</b>	<b>3195</b>	<b>467 362</b>	<b>449 874</b>
<b>II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності</b>			

Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	89 457	411 591
необоротних активів	3205	20 405	7 444
Надходження від отриманих:			
відсотків	3215	1	2 780
дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	3 830	900
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій	3255	( 0 )	( 7 )
необоротних активів	3260	( 109 944 )	( 156 988 )
Виплати за деривативами	3270	( 0 )	( 0 )
Витрачання на надання позик	3275	( 0 )	( 0 )
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	( 0 )	( 0 )
Інші платежі	3290	( 0 )	( 0 )
<b>Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності</b>	<b>3295</b>	<b>3 749</b>	<b>265 720</b>
<b>III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності</b>			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	72 594	72 250
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	1 891
Витрачання на:			
Викуп власних акцій	3345	( 0 )	( 0 )
Погашення позик	3350	( 258 667 )	( 584 796 )
Сплату дивідендів	3355	( 0 )	( 0 )
Витрачання на сплату відсотків	3360	( 285 793 )	( 233 103 )
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	( 0 )	( 0 )
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	( 0 )	( 0 )
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	( 0 )	( 0 )
Інші платежі	3390	( 0 )	( 0 )
<b>Чистий рух коштів від фінансової діяльності</b>	<b>3395</b>	<b>-471 866</b>	<b>-743 758</b>
<b>Чистий рух коштів за звітний період</b>	<b>3400</b>	<b>-755</b>	<b>-28 164</b>
Залишок коштів на початок року	3405	16 876	46 172
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	107	-1 132
Залишок коштів на кінець року	3415	16 228	16 876

Керівник Булах І.В.

Головний бухгалтер Бахов І.І.

## ДОДАТОК Г

**Опитувальний лист***Пояснювальна записка щодо проведення опитування*

**Мета проведення опитування** - визначення шляхом експертної оцінки можливу зміну результативності діяльності підприємства.

Просимо оцінити підвищення результативності діяльності підприємства у відсотковому вираженні до показника 2019 року.

<b>Запитання</b>	<b>Відповідь рецензента</b>
На скільки відсотків чистий прибуток у плановому році може зрости із значенням 2019 року, у зв'язку із запровадженням заходів з реклами та оновлення CRM – системи.	