

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки

Бакалаврська дипломна робота на тему:

«Підвищення результативності діяльності підприємства (на прикладі
приватного акціонерного товариства «ОБОЛОНЬ»)

Виконав: студент 4 курсу, групи ЕК-206
спеціальності 051 «Економіка»

(шифр і назва спеціальності)

Шевцова Д.В. *Def.*
(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц., доцент кафедри ММЕ

Вітюк А.В. *А.В.Вітюк*
(прізвище та ініціали)

« 6 » *сервіс* 2024 р.

Рецензент: к.е.н., доц.кафедри ПЛІМ

Пілявоз Т.М. *Т.М.Пілявоз*
(прізвище та ініціали)

« 9 » *сервіс* 2024 р.

Допущено до захисту

Зав. кафебри *Н.П.Карачина* Карачина Н.П.

« 12 » *сервіс* 2024 р.

Вінниця ВНТУ – 2024 рік

Вінницький національний технічний університет
 Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
 Кафедра менеджменту, маркетингу та економіки
 Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
 Галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки
 Спеціальність – 051 – «Економіка»
 Освітньо-професійна програма – Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ
 завідувач кафедри ММЕ
 д.е.н., професор Караяина Н.П.

«15» березня 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА БАКАЛАВРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Шевцовій Діані Вікторівні
 (прізвище, ім'я, по батькові)

- Тема роботи: «Підвищення результативності діяльності підприємства (на прикладі приватного акціонерного товариства «ОБОЛОНЬ»)
- Керівник роботи Вітюк Анна Валеріївна, к.е.н, доцент, доцент кафедри ММЕ
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
- затверджені наказом ВНТУ від «11» березня 2024 року №80.
- Строк подання студентом роботи: 5 червня 2024 р.
- Вихідні дані до роботи: форма №1 «Баланс», форма №2 «Звіт про фінансові результати».
- Зміст текстової частини: теоретичні основи результативності діяльності, аналізування результативності діяльності ПрАТ «Оболонь», рекомендації щодо удосконалення результативності діяльності.
- Перелік ілюстративного матеріалу: таблиці: визначення сутності поняття "результативність діяльності", основні методи оцінки результативності діяльності, трудові ресурси ПрАТ «Оболонь» та їх фонд оплати праці, споживчі ринки на яких працює компанія, асортимент продукції ПрАТ «Оболонь», SWOT-аналіз ПрАТ "Оболонь", PEST -аналіз ПрАТ "Оболонь", динаміка майнового стану та деяких фінансових показників ПрАТ "Оболонь", пналіз ефективності використання основних засобів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр., тис. грн., фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн., аналіз показників рентабельності ПрАТ «Оболонь»; рисунки: підходи до сутності «результативність діяльності», Фактори, що впливають на результативність діяльності, Організаційна структура ПрАТ «Оболонь», Динаміка власного і залученого капіталу ПрАТ "Оболонь" протягом 2020-2022 років, тис. грн., Зміна чистого прибутку на одну просту акцію за 2020-2022 роки, Фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн., Показники рентабельності реалізації ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр..

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Спеціальна частина	Вітюк А.В. доцент кафедри ММЕ		

7. Дата видачі завдання «15» березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Прим.
1	Формування та затвердження теми бакалаврської дипломної роботи (БДР)	березень	
2	Виконання спеціальної частини БДР. Перший рубіжний контроль виконання БДР. (1-й розділ БДР)	березень-квітень	
3	Виконання спеціальної частини БДР. Другий рубіжний контроль виконання БДР. (2-й розділ БДР)	травень	
4	Виконання спеціальної частини БДР. Третій рубіжний контроль виконання БДР. (3-й розділ БДР)	травень-червень	
5	Нормоконтроль БДР. Попередній захист БДР	1-а декада червня	
6	Рецензування БДР	2-а декада червня	
7	Захист БДР	2,3-я декада червня (за графіком)	

Студент

Керівник роботи

Шевцова Д. В.

(підпис)

Вітюк А. В.

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ	5
1.1 Поняття та сутність результативності діяльності	5
1.2 Фактори, що впливають на результативність діяльності	11
1.3 Методи оцінки результативності діяльності	14
2 АНАЛІЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»	25
2.1 Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь»	25
2.2 Аналіз та фінансово-економічна оцінка ПрАТ «Оболонь»	39
2.3 Аналіз показників результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»	48
3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ	61
3.1 Розробка заходів щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»	61
3.2 Економічний ефект від впровадження запропонованих заходів	74
ВИСНОВКИ	83
СПИСОК ВИКОРИТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85
ДОДАТОК А (обов'язковий). Протокол перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень	91
ДОДАТОК Б (обов'язковий). Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022рр.	92
ДОДАТОК В (обов'язковий). Ілюстративний матеріал.	108

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах жорсткої конкуренції на ринку пивоварної галузі України забезпечення високої результативності діяльності є одним з ключових факторів успішного функціонування та подальшого розвитку підприємств. Підвищення результативності дозволяє не лише збільшувати прибутковість, але й зміцнювати позиції на ринку, розширювати масштаби діяльності та впроваджувати інноваційні технології. Тому питання комплексного оцінювання та удосконалення результативності діяльності потребують постійної уваги керівництва підприємств, зокрема, ПрАТ "Оболонь" - одного з лідерів пивоварної галузі України.

Необхідність підвищення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь" зумовлена декількома ключовими факторами. По-перше, за останні роки спостерігається загострення конкурентної боротьби між виробниками пива на українському ринку. Великі міжнародні пивоварні компанії активно нарощують свою присутність, пропонуючи споживачам широкий асортимент якісного пива. По-друге, відбуваються зміни в споживчих перевагах та культурі споживання пива в Україні під впливом європейських тенденцій. Зростає попит на крафтове пиво та нові смакові різновиди. ПрАТ "Оболонь" має своєчасно відреагувати на ці виклики шляхом підвищення результативності, зокрема, за рахунок оптимізації витрат, розширення асортименту, впровадження інновацій.

Мета та завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь".

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- розглянути поняття та сутність результативності діяльності підприємства;
- вивчити фактори, що впливають на результативність діяльності;

- дослідити методи оцінки результативності діяльності;
- надати загальну характеристику досліджуваного підприємства;
- провести аналіз та фінансово-економічну оцінку стану ПрАТ "Оболонь";
- проаналізувати показники результативності діяльності підприємства;
- розробити заходи щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь";
- оцінити економічний ефект від впровадження запропонованих заходів.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом є процес забезпечення результативності діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь".

Методи дослідження: методи порівняння, аналізу та синтезу застосовувались для вивчення понять "результативність діяльності", "фактори результативності"; системного аналізу - при оцінці фінансово-господарської діяльності; методи фінансового аналізу використані для розрахунку показників результативності діяльності підприємства, системний підхід, методи аналізу і синтезу, порівняння, групування, табличний і графічний методи, методи фінансово-економічного аналізу, факторний аналіз, прогнозування.

Практичне значення одержаних результатів. Запропоновані в роботі заходи щодо удосконалення результативності діяльності сприятимуть підвищенню ефективності функціонування ПрАТ "Оболонь", зміцненню його конкурентних позицій та збільшенню прибутковості.

Апробація результатів бакалаврської кваліфікаційної роботи. Здійснювалась на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи».

URL:

<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2024/paper/view/21459>

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Поняття та сутність результативності діяльності

Результативність діяльності є одним з найважливіших показників ефективного функціонування будь-якого підприємства. Це комплексне поняття, що характеризує здатність організації досягати поставлених цілей та отримувати бажані результати з оптимальним використанням наявних ресурсів. Аналіз і вдосконалення результативності є невід'ємною частиною процесу управління, оскільки забезпечує конкурентоспроможність та стійкий розвиток підприємства в мінливому ринковому середовищі.

Сутність результативності діяльності підприємства полягає у досягненні максимально можливого ефекту із застосуванням мінімальних витрат, що була на шкоді поєднує в собі як кількісні, так і якісні показники, що відображають ступінь реалізації стратегічних і тактичних цілей організації. Результативність охоплює різні аспекти господарської діяльності, зокрема виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом та інші сфери, від ефективної взаємодії яких залежить загальний успіх компанії [1].

Вимірювання та аналіз результативності є критично важливим для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, виявлення слабких місць у функціонуванні підприємства та розробки заходів щодо підвищення ефективності використання ресурсів. Розуміння сутності цього поняття та факторів, що на нього впливають, дозволяє керівництву своєчасно коригувати стратегію розвитку та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність бізнесу.

Термін "результативність діяльності" (productivity) вперше з'явився у наукових працях наприкінці 18 століття. Однією з перших згадок цього поняття вважається робота шотландського економіста Адама Сміта "Дослідження про природу та причини багатства народів", опублікована в 1776 році. У своїй праці

Адам Сміт розглядав результативність як здатність досягати більших результатів із застосуванням меншої кількості ресурсів, зокрема праці. Він стверджував, що розподіл праці та використання машин можуть суттєво підвищити продуктивність виробництва.

Пізніше, у 19 столітті, ідеї Адама Сміта розвивали інші економісти, такі як Давид Рікардо, Джон Стюарт Мілль та Карл Маркс. Вони досліджували питання результативності праці, капіталу та землі як факторів виробництва. На початку 20 століття значний внесок у вивчення результативності зробили представники класичної школи менеджменту, зокрема Фредерік Тейлор і Френк та Лілліан Гілберт. Їхні праці зосереджувалися на підвищенні продуктивності робочої сили через раціоналізацію методів роботи. Загалом, поняття результативності діяльності почало активно розвиватися та використовуватися з кінця 18 століття завдяки появі промислової революції та перших теоретичних досліджень у сфері економіки та менеджменту. З часом воно набуло більш широкого значення та стало застосовуватися для оцінки ефективності різних видів діяльності підприємств [2].

Існує кілька підходів до визначення сутності поняття "результативність діяльності підприємства" (рис. 1.1).

Відповідно до ресурсного підходу, результативність діяльності підприємства визначається ефективністю використання наявних ресурсів для досягнення поставлених цілей. Ключовою ідеєю є максимізація віддачі від застосування обмежених ресурсів, таких як матеріали, обладнання, трудові ресурси, фінансовий капітал тощо. У рамках цього підходу велика увага приділяється оптимізації витрат та мінімізації відходів. Підприємство вважається результативним, якщо воно здатне виробляти якісну продукцію чи надавати послуги з найменшими можливими витратами ресурсів, що дозволяє підвищити прибутковість, конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток організації.

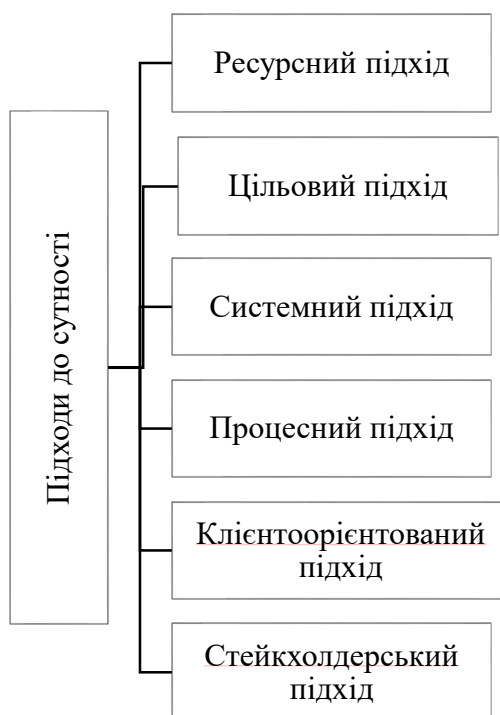


Рисунок 1.1 – Підходи до сутності «результативність діяльності» [1]

Ресурсний підхід часто використовується у виробничих галузях, де ефективно управління ресурсами є критично важливим. Він передбачає ретельний облік та контроль використання ресурсів, впровадження ресурсозберігаючих технологій, оптимізацію виробничих процесів та логістики.

Згідно з цільовим підходом, результативність діяльності підприємства визначається ступенем досягнення поставлених цілей. Цілі можуть бути різноманітними: збільшення частки ринку, підвищення рентабельності, впровадження інновацій, розширення асортименту продукції тощо.

Цільовий підхід вимагає чіткого формулювання цілей та розробки системи показників для їх вимірювання. Керівництво повинно забезпечити узгодженість цілей на різних рівнях управління та розподіл відповідальності за їх досягнення. Перевагою цього підходу є його зрозумілість та можливість конкретного вимірювання результативності. Однак він може не враховувати всі аспекти

діяльності підприємства та зосереджуватися лише на досягненні певних цілей, нехтуючи іншими важливими факторами успіху [1].

Системний підхід розглядає результативність діяльності підприємства як комплексну характеристику, що враховує різні аспекти функціонування організації. Згідно з цим підходом, підприємство є складною системою, що складається з взаємопов'язаних елементів, таких як виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом тощо. Перевагою цього підходу є його всеохоплюючий характер, який дозволяє врахувати всі важливі фактори, що впливають на результативність. Однак він також є більш складним і вимагає глибокого розуміння внутрішніх процесів та зовнішнього середовища підприємства.

Процесний підхід розглядає діяльність підприємства як сукупність взаємопов'язаних бізнес-процесів, кожен з яких має свої входи, ресурси, дії та результати. Результативність організації визначається ефективністю виконання цих процесів та їх внеском у досягнення загальних цілей. Згідно з цим підходом, підприємство повинно ретельно аналізувати та оптимізувати свої бізнес-процеси, усуваючи зайві витрати часу та ресурсів, скорочуючи непродуктивну діяльність та підвищуючи якість виконання робіт.

Ключовими аспектами процесного підходу є картування процесів, визначення показників ефективності для кожного процесу, моніторинг та безперервне вдосконалення. Він передбачає активну участь співробітників у покращенні процесів та впровадження принципів lean-виробництва чи концепції безперервного вдосконалення. Перевагою цього підходу є його зосередженість на конкретних діях та результатах, що полегшує вимірювання та управління результативністю. Однак він може не враховувати стратегічні аспекти діяльності підприємства та зовнішні фактори, що також впливають на загальну результативність [4].

Клієнтоорієнтований підхід визначає результативність діяльності підприємства через призму задоволеності клієнтів. Згідно з цим підходом, головною метою організації є створення цінності для споживачів її продукції чи послуг.

Стейкхолдерський підхід розглядає результативність діяльності підприємства з точки зору задоволення інтересів різних зацікавлених сторін, або стейкхолдерів. До них можуть належати власники, співробітники, постачальники, місцева громада, уряд та інші групи, що мають певні очікування від діяльності організації. Вибір підходу до визначення сутності результативності діяльності підприємства залежить від галузі, стратегічних цілей, розміру організації, зрілості системи управління та вимог зовнішніх зацікавлених сторін. Часто підприємства комбінують елементи декількох підходів для створення власної збалансованої моделі оцінки результативності.

Щоб дати більш ґрунтовне визначення поняттю «результативність», дослідимо інші трактування цього терміну, представлені на сьогодні в науковій літературі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення сутності поняття "результативність діяльності" [6]

Автор	Визначення
А. Я. Лінник	Ступінь досягнення поставлених цілей, яка визначається співвідношенням фактично досягнутих результатів з плановими[6].
В. А. Афанасьєв	Кількісна та якісна характеристика корисних результатів, одержаних в процесі діяльності, що відображає ступінь досягнення поставлених цілей[6].
І.М. Фурсенко	Міра досягнення поставлених цілей, яка визначається співвідношенням між фактично досягнутими результатами та тими, яких можна було б досягти за даних умов[6].
О.В. Петренко	Комплексна характеристика, яка відображає ступінь досягнення поставлених цілей, ефективність використання ресурсів, якість виконання робіт та інші аспекти діяльності[6].

На нашу думку, результативність є багатогранним поняттям, яке описує ступінь досягнення поставлених цілей та виконання завдань, та характеризується

не лише кількістю виконаних робіт, але й їх якістю, своєчасністю, економічністю та відповідністю очікуваним результатам.

1. Перша ключова характеристика результативності праці підприємства є орієнтованість на цілі, це успішна діяльність починається з чітко визначених, вимірюваних, досяжних, релевантних та обмежених у часі (SMART) цілей. Важливо, щоб різні цілі на різних рівнях організації були узгоджені між собою, забезпечуючи послідовність дій та загальну ефективність. Використання інструментів візуалізації, таких як дошки завдань або карти цілей, допомагає команді чітко бачити цілі та відстежувати прогрес у їх досягненні.

2. Друга, вимірюваність, є критичною для оцінки ефективності діяльності. Визначення чітких кількісних показників, таких як обсяг продажів, рівень задоволеності клієнтів чи час виконання завдань, дозволяє точно відстежувати прогрес. Регулярний збір та аналіз даних, пов'язаних з цими показниками, є необхідним для виявлення проблемних ділянок та внесення необхідних коректив. Використання відповідних інструментів та програмного забезпечення полегшує процес збору, аналізу та візуалізації даних.

3. Третя ключова характеристика - вчасність. Встановлення реалістичних термінів для досягнення цілей, ґрунтуючись на доступних ресурсах та складності завдань, є критичним. Розробка чітких графіків та розкладів, які розбивають великі цілі на менші, більш керовані етапи, допомагає підтримувати прогрес. Регулярне відстеження прогресу дозволяє виявляти будь-які затримки та вживати заходів для їх усунення.

Нарешті, ефективність є важливою характеристикою результативної діяльності. Оптимізація використання ресурсів, таких як час, кошти та персонал, є ключовою, що може включати делегування завдань, автоматизацію процесів та пошук більш економічних рішень. Мінімізація витрат без шкоди для якості результатів також є важливою. Оцінка витрат та очікуваних вигод від різних варіантів дій перед прийняттям рішень забезпечує більш обґрунтований вибір [12].

Слід зазначити, що всі чотири характеристики тісно пов'язані між собою. Досягнення високої результативності діяльності потребує ретельного планування, чітко визначених цілей, ефективного використання ресурсів та постійного моніторингу прогресу. Тільки комплексний підхід, що поєднує всі ці аспекти, може забезпечити успішну та результативну діяльність [6].

Отже, результативність діяльності є ключовим показником успішності будь-якої організації чи проекту, адже відображає не лише кількість виконаних завдань, а й їх якість, відповідність цілям, ефективність використання ресурсів та задоволеність зацікавлених сторін. Для досягнення успішної результативності важливо чітко визначити цілі, мати вимірювальні показники, дотримуватися чітких графіків та оптимізувати використання ресурсів. Такий підхід дозволяє забезпечити ефективне виконання завдань і досягнення очікуваних результатів.

1.2 Фактори, що впливають на результативність діяльності

Результативність діяльності залежить від багатьох факторів, які можуть як сприяти, так і перешкоджати досягненню поставлених цілей. Ці фактори можуть бути як внутрішніми, пов'язаними з організацією, її ресурсами та процесами, так і зовнішніми, що випливають з ринкових умов, конкуренції та загального середовища функціонування.

Розуміння та врахування цих факторів є критично важливим для забезпечення ефективної діяльності організації. Ідентифікація та аналіз ключових факторів дозволяє розробляти стратегії та плани дій, спрямовані на максимізацію позитивного впливу сприятливих факторів і мінімізацію негативного впливу несприятливих факторів [11].

Управління факторами, що впливають на результативність діяльності, вимагає ретельного аналізу, гнучкості та готовності адаптуватися до мінливих умов. Лише шляхом систематичного моніторингу та своєчасного реагування на

зміни організація може забезпечити стійку та високу результативність своєї діяльності в довгостроковій перспективі.

Розглянемо фактори, що впливають на результативність діяльності, можна розділити на кілька основних груп (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Фактори, що впливають на результативність діяльності [6]

Результативність діяльності залежить від широкого спектру факторів, які можна умовно поділити на кілька груп. До внутрішніх факторів належать чітко визначені цілі та завдання, наявність ресурсів, ефективне планування та організація, кваліфікація та компетентність персоналу, мотивація та успішність співробітників, лідерство й управління, а також позитивна корпоративна культура.

Визначальними внутрішніми факторами є чіткі, SMART-цілі, достатні ресурси (час, фінанси, персонал, обладнання, інформація), відповідне планування й організація роботи; рівень кваліфікації, знань, навичок і досвіду персоналу в інших можливостях на здатність виконати завдання та досягти цілей; залучені та мотивовані працівники, що поділяють цінності організації, продуктивніші.

Ефективне лідерство та управління, які передбачають чітку комунікацію, делегування повноважень, підтримку та сприятливу атмосферу, є запорукою підвищення результативності. Позитивна корпоративна культура, побудована на командній роботі, повазі, відповідальності та інноваціях, також значно покращує результативність діяльності.

За часом дії вирізняють короткострокові та довгострокові фактори впливу на результативність діяльності. Короткострокові мають фактори тимчасового користування і змінюють результативність протягом обмеженого періоду. Їхній вплив може бути як позитивним, так і негативним, проте він не є фундаментальним і триватиме лише певний час.

Довгострокові фактори чинять глибший і стабільний вплив на результативність діяльності протягом тривалого періоду. Сюди відносяться технологічні зміни, розвиток нових, більш ефективних способів виробництва, зміни в законодавчому регулюванні чи макроекономічні тренди. Вони формують стійке підґрунтя для підвищення або зниження результативності в довгостроковій перспективі шляхом трансформації умов функціонування бізнесу.

Фактори, що впливають на результативність діяльності організації, можна виділити за ступенем контролюваності на дві категорії: контрольовані та неконтрольовані.

Контрольовані фактори перебувають у зоні управлінського впливу і можуть бути цілеспрямовано відрегульованим керівництвом для підвищення ефективності роботи. Це внутрішні фактори, пов'язані з функціонуванням самої організації. Сюди відносяться кваліфікація та мотивація персоналу, рівень обслуговування клієнтів, виробничі процеси, системи контролю якості, організаційна структура та культура, маркетингові стратегії тощо. Керівництво може впливати на ці фактори за допомогою відповідних управлінських рішень, наприклад, інвестувати в навчання персоналу, оптимізувати бізнес-процеси чи змінювати корпоративні цінності.

Неконтрольовані фактори знаходяться поза зоною прямого управлінського контролю і не можуть бути одночасно відрегульованими діями організації. Це зовнішні фактори, пов'язані з макросередовищем функціонування. Наприклад, економічні кризи, коливання валютних курсів, зміни в законодавчому регулюванні, політична нестабільність, стихійні лиха, епідемії тощо. Організації не можуть прямо контролювати ці фактори, проте мають їх відстежувати, прогнозувати та адаптуватися до своїх наслідків шляхом коригування стратегій і процесів.

1.3 Методи оцінки результативності діяльності

Оцінка результативності діяльності є невід'ємною складовою ефективного управління будь-якою організацією. Це комплексний процес, який дозволяє відстежити досягнення поставлених цілей, визначити сильні та слабкі сторони в роботі, а також виявити можливості для вдосконалення та зростання. У сучасному мінімальному бізнес-середовищі важливі надійні механізми для оцінки результатів, щоб прийняти обґрунтовані рішення та забезпечити стійку конкурентоспроможність.

На сьогодні, значного поширення набули чотири концепції аналізу результативності діяльності і розвитку компаній, вибір здійснюється в залежності від мети використання, відповідно застосовуються різні інформаційна база та показники, які аналізуються [8]:

1.Ринкова (визначається результативність показниками конкурентоспроможності й ринкової вартості);

2.Фінансова (аналізуються показники прибутковості, економічної доданої вартості);

3.Витратна (результативність виражається у показниках собівартості, а також коефіцієнтах економічності);

4.Неекономічна (нефінансова) (результативність відображається показниками задоволеності клієнтів, інноваційністю діяльності).

Для організації ефективного управління необхідно визначити інші методи оцінки її результативності. Кожен метод має свої переваги, недоліки та сферу застосування, як показано в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Основні методи оцінки результативності діяльності

Метод	Опис	Переваги	Недоліки
Ринкова концепція	Фокусується на показниках конкурентоспроможності компанії та її ринкової вартості, таких як частка, темпи зростання продажів, коефіцієнти конкурентоспроможності продукції та ринкової капіталізації.	1.Допомагає відстежувати ринкову зупинку та позицію компанії; 2. Дозволяє реагувати на зміни зовнішнього середовища;	1.Не враховує внутрішніх факторів діяльності 2. Може бути складно кілька оцінити певні показники
Фінансова концепція	Зосереджується на показниках прибутковості та створення економічної додаткової вартості, таких як чистий прибуток, рентабельність інвестицій, активів та власного капіталу, економічна додана вартість.	1. Забезпечує чітке виявлення про фінансові результати 2. Дозволяє прийняти обгрунтоване рішення щодо інвестицій та розподілу ресурсів	1. Не враховує не фінансові аспекти 2. Короткострокова орієнтація може зашкодити довгостроковому розвитку
Витратна концепція	Вимірює ефективність використання ресурсів та мінімізацію витрат за показниками, такими як одноманітність продукції, коефіцієнти економічності, витрати на одиницю продукції.	1. Допмагає контролювати та знижувати витрати 2.Сприяє оптимізації виробничих процесів	1.Недооцінка інших важливих аспектів діяльності 2. Потенційна економіка може зашкодити якості
Неекономічна (не фінансова) концепція	Фокусується на якісних аспектах, таких як задоволеність клієнтів, лояльність персоналу, рівень інновацій, екологічна ефективність, соціальна відповідальність та репутація компанії.	1.Враховує значення не фінансові фактори успіху 2. Сприяє сталому розвитку та побудові міцних відносин	1.Складність оцінки деяких показників 2. Потребує розрахункового збору не фінансових даних
Збалансована система показників (BSC)	Комплексний підхід, який розглядає організацію з чотирьох перспектив: фінансової, клієнтської, внутрішніх бізнес-процесів та навчання і зростання.	1. Забезпечує збалансований погляд на результативність - Зв'язує стратегічні цілі з операційною діяльністю 2.Гнучкість у виборі показників	1.Складність впровадження та супроводження 2. Вимагає значних зусиль для розробки та підтримки
Аналіз ланцюга цінностей	Розглядає організацію як сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, що створюють цінність для клієнта, та аналізує витрати, процеси та ефективність кожної ланки.	1. Дозволяє "вузькі місця" та можливості для оптимізації 2. Сприяє кращому розумінню потреб клієнтів	1. Складність збору детальних даних про всі ланки ланцюга 2. Потребує значних аналітичних зусиль
Аналіз продуктивності	Оцінка показників обсягу, термінів, якості роботи, ефективності використання ресурсів для окремих працівників, команд або підрозділів.	1.Надає цінні дані для керування персоналом 2.Допомагає окремі фактори, що впливають на продуктивність	1. Потребує розроблених об'єктивних критеріїв оцінки 2. Може бути сприйнято негативно, якщо процес нечесний

Ринкова концепція аналізу результативності діяльності фокусується на показниках, пов'язаних з конкурентоспроможністю компанії та її ринковою вартістю. Ця концепція обґрунтовується на припущенні, що основний наділ комерційної організації є максимізація її ринкової вартості та зміцнення позицій на ринку.

Ключовими показниками в рамках ринкової концепції є частка, темпи зростання продажів, коефіцієнти конкурентоспроможності продукції та ринкова капіталізація компанії. Ці показники відображають здатність компанії залучати та утримувати клієнтів, а також оцінюють її перспективу з боку інвесторів та акціонерів.

Аналіз ринкової результативності забезпечує регулярний моніторинг ринкової ситуації, вивчення поведінки конкурентів, відстеження змін у споживчих перевагах та тенденції розвитку галузі, що дозволяє компанії вільно реагувати на зміни зовнішнього середовища та вносити повне коригування у свою стратегію та операційну діяльність.

Фінансова концепція аналізу результативності діяльності зосереджується на показниках прибутковості та створення економічної додаткової вартості для акціонерів. Ця концепція обґрунтовується на ідеї, яка основною платою комерційної організації є максимізація прибутку та збільшення багатства її власників. Ключовими показниками в рамках фінансової концепції є чистий прибуток, рентабельність інвестицій (ROI), рентабельність активів (ROA), рентабельність власного капіталу (ROE), економічна додана вартість (EVA) та інші фінансові коефіцієнти.

Аналіз фінансової результативності передбачає ретельний розгляд фінансової звітності компанії, виявлення факторів, які впливають на прибутковість, та оцінку ефективності використання ресурсів, що дозволяє компанії прийняти обґрунтовані рішення щодо інвестицій, оптимізації витрат та розподілу коштів. Крім того, фінансова концепція аналізу результативності тісно пов'язана з управлінням

ризиками та забезпеченням фінансової стійкості компанії в довгостроковій перспективі.

Фінансові коефіцієнти є невід'ємною частиною загального аналізу діяльності підприємства та оцінки його фінансового стану. Вони можуть глибоко проаналізувати різноманітні аспекти фінансово-господарської діяльності компанії, виявити проблемні зони, де показники відхиляються від нормативних або цільових значень, а також можливості для подальшого покращення та оптимізації.

Розрахунок та ретельне вивчення динаміки фінансових коефіцієнтів надає керівництву об'єктивну кількість інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Регулярний моніторинг показників ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності скоро виявляють негативні тенденції та своєчасно коригують фінансову стратегію та операційні процеси.

Аналіз фінансових коефіцієнтів є критичним для розробки ефективних стратегій розвитку бізнесу. Він надає об'єктивні дані для оцінки результатів інвестиційних проектів, визначення оптимальної структури капіталу, управління ризиками та забезпечення довгострокової фінансової стійкості підприємства. Керівництво може використовувати ці показники для встановлення конкретних цільових орієнтирів та відстеження прогресу у досягненні стратегічних цілей.

Крім того, розрахунок фінансових коефіцієнтів та порівняння їх із галузевими стандартами чи показниками конкурентів дозволяє оцінити відносну конкурентоспроможність підприємства та сфери торгівлі, де вона випереджає або відстає від ринку. Ця інформація є цінною для прийняття рішень щодо оптимізації витрат, цінової політики, інвестицій у розвиток або диверсифікацію бізнесу.

Таким чином, комплексний аналіз фінансових коефіцієнтів є критично важливим інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, стійкого забезпечення розвитку підприємства, підвищення його інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності на ринку (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Фінансові коефіцієнти для аналізу фінансової результативності діяльності [2].

Назва показника	Формула
Коефіцієнти ліквідності	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти / Поточні зобов'язання
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти + Дебіторська заборгованість, чиста / Поточні зобов'язання
Коефіцієнт поточної ліквідності	Поточні активи / Поточні зобов'язання
Коефіцієнти фінансової стійкості	
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	Власні кошти / Загальні активи
Коефіцієнт фінансування	Довгострокові зобов'язання / Загальні активи
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами	Власні кошти - Необоротні активи / Поточні зобов'язання
Коефіцієнти ділової активності (оборотності)	
Коефіцієнт оборотності активів	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість активів
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чистий продаж / Середньомісячна дебіторська заборгованість
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чистий продаж / Середньомісячна кредиторська заборгованість
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	Собівартість реалізованої продукції / Середньомісячні запаси матеріалів
Коефіцієнти рентабельності	
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість активів
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість власного капіталу
Коефіцієнт рентабельності діяльності	Чистий прибуток / Чистий продаж
Коефіцієнт рентабельності продукції	Чистий прибуток / Собівартість реалізованої продукції

Коефіцієнти ліквідності демонструють здатність підприємства своєчасно погашати свої поточні зобов'язання за рахунок наявних оборотних активів. Коефіцієнти фінансової стійкості характеризують рівень його залежності від зовнішніх джерел фінансування та фінансову незалежність. Коефіцієнти ділової активності відображають ефективність використання ресурсів підприємства, таких як запаси, дебіторська заборгованість, основні засоби. Коефіцієнти рентабельності

дозволяють оцінити прибутковість діяльності підприємства та ефективність використання ним ресурсів [8].

Комплексний аналіз цих груп коефіцієнтів надає повну картину фінансового становища підприємства, виявляє його сильні та слабкі сторони, допомагає виробити стратегії для підвищення ефективності діяльності, фінансової стійкості та інвестиційної привабливості. Регулярний моніторинг та вчасне реагування на зміни фінансових показників є запорукою успішного розвитку бізнесу.

Витратна концепція аналізу ефективності діяльності зосереджується на вимірюванні ефективності використання ресурсів компанії та мінімізації витрат. Дана концепція обґрунтовується на ідеї, що ключовим фактором успіху компанії є її здатність контролювати витрати та оптимізувати виробничі процеси.

Ключовими показниками в рамках витратної концепції є одноманітність продукції, коефіцієнти економічності (співвідношення витрат та результатів), витрати на одиницю продукції та інші показники, пов'язані з ефективністю використання ресурсів. Аналіз витратної результативності забезпечує ретельний аналіз структури витрат компанії, виявлення можливостей для їх скорочення та оптимізації виробничих процесів, що може включати впровадження ресурсозберігаючих технологій, раціоналізацію логістичних ланцюгів, скорочення відходів та втрат, а також підвищення продуктивності праці. Витратна концепція аналізу результативності особливо важлива для компаній, які працюють у галузях з високою конкуренцією та низькою нормою прибутку, де ефективне управління витратами є ключовим фактором успіху.

Неекономічна (нефінансова) концепція аналізу результативності діяльності фокусується на показниках, які не пов'язані з використанням фінансових результатів компанії. Ця концепція обґрунтовується на ідеї, що для досягнення тривалого успіху компанія повинна втратити лише фінансові, а й нефінансові аспекти своєї діяльності [3].

Ключовими показниками в рамках неекономічної концепції є задоволеність клієнтів, лояльність персоналу, рівень інновацій, екологічна ефективність, соціальна відповідальність та репутація компанії. Аналіз нефінансової результативності забезпечує вивчення якісних аспектів діяльності компанії, таких як корпоративна культура, управління талантами, взаємодія із зацікавленими сторонами, соціальний вплив та інші несуттєві фактори, які можуть мати значний вплив на тривалу стійкість бізнесу.

Ця концепція особливо важлива для компаній, які працюють у галузях, де репутація, бренд та відносини з клієнтами роблять ключову роль. Крім того, вона зацікавленим компаніям відстежує свій внесок у сталий розвиток та побудову довірчих відносин із зацікавленими сторонами.

Окрім чотирьох основних концепцій, описаних вище, існує ряд додаткових методів оцінки результативності діяльності, які можуть бути корисними залежно від конкретних цілей та завдань.

Збалансована система показників (Balanced Scorecard, BSC) є однією з найбільш популярних і широко використовуваних методів оцінки результативності діяльності. Цей підхід був розроблений Робертом Капланом і Девідом Нортоном у 1992 році з наданням керівникам інструменту, який дозволив би зв'язати стратегічні цілі компанії з операційною діяльністю та вимірювати показниками.

Збалансована система показників розглядає організацію з чотирьох перспектив: фінансової, клієнтської, внутрішніх бізнес-процесів та навчання і зростання. Для кожної перспективи розпочнуться ключові показники ефективності (KPI), які можуть відстежити прогрес у досягненні стратегічних цілей. Ці показники є взаємопов'язаними, що дозволяє керівникам виявляти причинно-наслідкові зв'язки між ефективними аспектами діяльності компанії.

Переважає збалансована система показників є її здатність забезпечити збалансований погляд на результативність організації, не обмежуючись лише

фінансовими показниками. Вона враховує важливість задоволеності клієнтів, ефективність внутрішніх процесів, а також розвиток персоналу та інноваційного потенціалу компанії, що дозволяє керівникам прийняти стратегічні рішення, які націлені на довгостроковий успіх, а не тільки на короткострокові фінансові результати [5].

Крім того, збалансована система показників є гнучким інструментом, який можна адаптувати до конкретних потреб різних організацій шляхом вибору відповідних показників для кожної перспективи. Регулярний моніторинг та аналіз цих показників дозволяє компанії благополучно виявити проблемні області, вживати коригувальних заходів і забезпечити безперервне вдосконалення.

Аналіз ланцюга цінностей є ефективним методом для оцінки результативності діяльності компанії та виявлення для оптимізації та створення додаткової цінності. Цей підхід розглядає організацію як сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, кожен з яких формує ланцюжок, що надає цінність для клієнта.

Аналіз продуктивності може включати оцінку таких показників, як обсяг виконаної роботи, терміни утримання, якість результатів, ефективність використання ресурсів та інші спеціальні метрики, пов'язані з конкретними функціями та посадовими обов'язками. Для різних ролей і підрозділів можуть використовуватися різні показники продуктивності.

Регулярний моніторинг і аналіз цих показників дозволяє керівникам виявляти сильні та слабкі сторони своїх співробітників або команди, визначати фактори, що впливають на їхню продуктивність, і проводити відповідні заходи, що може включати надання додаткового навчання, перерозподіл обов'язків, оптимізацію робочих процесів або впровадження системи мотивації та стимулювання. Крім того, аналіз продуктивності забезпечує цінні зворотні зв'язки для самих працівників, допомагаючи їм зрозуміти свої сили та області для

вдосконалення, що може сприяти професійному розвитку, підвищенню залученості та мотивації персоналу.

Ефективний аналіз продуктивності вимагає використання об'єктивних і вимірювальних критеріїв оцінки, а також процесу перевірки, який сприймається як справедливий. Крім того, необхідно забезпечити належне розуміння співробітниками щодо очікування їх продуктивності та критеріїв оцінки.

Аналіз ланцюга цінностей розпочинає ідентифікацію основних видів діяльності, що створюють цінність, таких як постачання, виробництво, маркетинг, продаж та обслуговування. Для кожної ланки ланцюга аналізуються витрати, процеси та ефективність із застосуванням можливостей для вдосконалення та створення конкурентних переваг, може включати оптимізацію логістичних процесів, підвищення ефективності виробництва, покращення маркетингових стратегій або удосконалення послуг з обслуговування клієнтів.

Аналіз ланцюга цінностей також враховує взаємозв'язки між ефективними ланками та їх вплив на загальну результативність компанії, що дозволяє виявити "вузькі місця" або неефективні ділянки, які можуть негативно вплинути на створення всієї системи цінності.

Крім того, цей метод співпраці компаній краще розуміє потреби та очікування клієнтів, після чого вони є кінцевою ланкою ланцюга цінностей. Дані організація дозволяє адаптувати свої процеси та продукти відповідно до запитів споживачів, підвищуючи їх задоволеність та лояльність [9].

Оцінка результативності діяльності є критично важливим процесом для будь-якої організації, після чого вона забезпечує об'єктивну основу для прийняття стратегічних рішень, вимірювання прогресу та можливостей для вдосконалення. Для ефективної оцінки результативності існує низка методів, таких як збалансована система показників, аналіз ланцюга цінностей, аналіз продуктивності, а також ринкова, фінансова, витратна та не фінансова концепції, які можна комбінувати та адаптувати відповідно до конкретних потреб організації.

Отже, результативність діяльності є ключовим показником успішності будь-якої організації чи проекту, адже відображає не лише кількість виконаних завдань, а й їх якість, відповідність цілям, ефективність використання ресурсів та задоволеність зацікавлених сторін. Для досягнення успішної результативності важливо чітко визначити цілі, мати вимірювальні показники, дотримуватися чітких графіків та оптимізувати використання ресурсів. Такий підхід дозволяє забезпечити ефективне виконання завдань і досягнення очікуваних результатів.

Зробимо ключові висновки про фактори, що впливають на результативність діяльності організації:

1.Розподіл факторів: Фактори, що впливають на результативність діяльності, можна розділити на внутрішні (контрольовані) і зовнішні (неконтрольовані).

2.Вплив терміновості: Фактори впливу можуть бути короткостроковими та довгостроковими.

3.Ключові внутрішні фактори: Чітко визначені цілі, наявність ресурсів, ефективне планування, кваліфікація та мотивація персоналу, а також ефективне лідерство та позитивна корпоративна культура є основними внутрішніми факторами, що впливають на результативність.

4.Гнучкість та адаптація: В умовах постійних змін зовнішнього середовища важливою є здатність організації швидко адаптуватися до нових умов.

5.Стратегічне планування: Ідентифікація та аналіз ключових факторів дозволяє розробляти ефективні стратегії та плани дій, спрямовані на максимізацію позитивного впливу сприятливих факторів і мінімізацію негативного впливу несприятливих факторів.

Таким чином, успіх організації значною мірою залежить від здатності управління ефективно використовувати внутрішні ресурси та оперативно реагувати на зовнішні виклики, забезпечуючи гнучкість і стійкість в умовах змін.

Оцінка результативності діяльності є невід'ємною складовою ефективного управління будь-якою організацією. Це комплексний процес, який дозволяє

відстежити досягнення поставлених цілей, визначити сильні та слабкі сторони в роботі, а також виявити можливості для вдосконалення та зростання.

Таким чином, комплексний підхід до оцінки результативності діяльності, який враховує різні аспекти та використовує різноманітні методи, є ключем до ефективного управління та забезпечення стійкої конкурентоспроможності організації.

2 АНАЛІЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

2.1 Загальна характеристика ПрАТ «Оболонь»

Досліджуваним підприємством обрано приватне акціонерне товариство «Оболонь», яке є найбільшим виробником напоїв в Україні з багаторічною історією розвитку. Адже його розвиток розпочався у 1980-х роках і триває досі. ПрАТ «Оболонь» є постійним лідером вітчизняного ринку напоїв.

Завдяки впровадженню передових технологій, постійному оновленню виробничих потужностей, розширенню асортименту і підвищенню якості продукції, ПрАТ "Оболонь" змогло зайняти та утримувати провідні позиції на ринку пива, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв в Україні. Продукція компанії добре відома споживачам і користується високим попитом як всередині країни, так і за її межами.

Сьогодні ПрАТ "Оболонь" є диверсифікованою корпорацією з потужним виробничим, логістичним та збутовим потенціалом. Її продукція експортується до багатьох країн світу. Компанія постійно розширює ринки збуту, освоює нові сегменти, інвестує кошти у розвиток виробництва та інновації. При цьому ПрАТ "Оболонь" залишається національним виробником зі 100% українським капіталом.

Слід зазначити, що виробництво пива є пріоритетним напрямком діяльності підприємства, проте виробництво безалкогольних напоїв та їх реалізація є досить успішною ланкою в діяльності підприємства. Важливим аспектом діяльності будь-якого підприємства є організація структури управління цим підприємством. На рис. 2.1 організаційна структура досліджуваного підприємства представлена оформленими лінійно-підлеглими головними відділами підприємства.

ПрАТ "Оболонь" – одна з найбільших пивоварних компаній в Україні. У цій корпорації чітко розподілені обов'язки між керівниками різних підрозділів для

ефективного функціонування організації. Президент ПрАТ "Оболонь" відіграє ключову роль у визначеному стратегічному та оперативному плануванні діяльності в усій компанії. Генеральний директор також бере участь у регулюванні напрямків стратегічного управління та оперативного планування разом з президентом.

Директор з управління персоналом відповідає за координацію трудових відносин, розвиток персоналу та інші кадрові питання, які стосуються працівників корпорації ПрАТ "Оболонь". Ефективне управління людськими ресурсами є чинником успіху цієї пивоварної компанії.

Операційні процеси виробництва пива в ПрАТ "Оболоні" перебувають під наглядом директора з операційної діяльності, який контролює процес виробництва та забезпечує належну якість продукції. Комерційний директор зосереджується на розвитку продажів пивної продукції та торгової мережевої компанії, що є реальним місцем для її комерційного успіху. диверсифікація бізнесу ПрАТ "Оболоні", тобто розширення сфери діяльності корпорації, є відповідальністю директора з корпоративних питань. Директор з логістики відповідає за регулювання питань, пов'язаних із транспортуванням, складуванням та розподілом пивної продукції.



Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПрАТ «Оболонь» [30]

Технічний директор ПрАТ «Оболонь» не тільки спостерігає за обладнанням компанії, але й оцінює інвестиційні та інноваційні проекти, які можуть принести нові технології та підвищити ефективність виробництва пива. Директор з юридичних питань забезпечує корпоративну безпеку та вирішує юридичні питання, що впливають з діяльності ПрАТ "Оболонь".

Варто оцінити трудовий потенціал підприємства в розрізі кількісних показників (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Трудові ресурси ПрАТ «Оболонь» та їх фонд оплати праці [30]

Показник	2020	2021	2022	Відхилення значень, абс/відн	
				2021 від 2020	2022 від 2021
Облікова кількість штатних працівників, чоловік	3192	3460	3157	268 чол. або 8,4%	-303 чол. або 8,76 %
Фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн.	529153,0	626692,0	705528,0	97 539 тис. грн або 18,4%	78 836 тис. грн або 12,6%
Кількість укладених та зареєстрованих колективних договорів, шт.	383	324	315	-59 шт або 15,4%	-9 шт або 2,8%
Розмір мінімальної місячної тарифної ставки	5700	6200	7600	500 грн або 8,8%	1400 грн або 22,6%

Отож, за даними таблиці 2.1 варто сказати, що чисельність працівників протягом досліджуваного періоду не помітно зменшилась (на 35 чоловік у 2022 році, порівняно із 2020 роком). Така ситуація свідчить про зменшення діяльності підприємства та зменшення обсягів його діяльності.

Помітно збільшився фонд оплати праці, який у 2020 році становив 529153 тис. грн, а у 2022 році вже 705528 тис. грн., тобто на 176375 тис. грн. більше.

Варто також наголосити, що підприємства має досить високий рівень оплати праці працівникам, що в динаміці років помітно зростає. У 2022 році мінімальна заробітна плата, що передбачена трудовим договором підприємства складала 7600

грн. Тобто, зважаючи на вищевказані дані, працівники підприємства отримують заробітну плату, яка є вище від мінімальної.

У 2017 році компанія змінила форму власності - раніше вона була відкритим акціонерним товариством, а тепер позиціонується як ПрАТ. Незважаючи на те, що виробництво пива – найбільш пріоритетний напрямок розвитку, корпорація ставить за мету упродовж 2019-2020 років здобути лідерство на всіх згаданих ринках. Досягнення таких амбітних цілей підприємство планує завдяки розвитку та впровадженню інновацій – як продуктових, так і технічних. У таких спосіб ПрАТ «Оболонь» поверне імідж інноваційної компанії, що започатковує тренди в Україні.

Компанія Оболонь виробляє дуже велику кількість різної продукції, яка має високі смакові якості при невисокій вартості, що зробило її добре впізнаваною і широко поширеною в самих різних точках продажу.

ПрАТ "Оболонь" є національним виробником пива в Україні зі стовідсотковим українським капіталом. Окрім позицій на пивному ринку, корпорація "Оболонь" має різноманітний портфель безалкогольної продукції. Цей портфель включає в себе ТМ "Живчик" - один із найулюбленіших сімейних напоїв українців, лінійку традиційних лимонадів - так звану "Ностальгічну серію" (паритетний лідер відповідного сегменту ринку), квас "Старокиївський", який у 2015 р увійшов до трійки лідерів ринку квасу України, широкий асортимент мінеральних та питних вод (Оболонська, Збручанська, Аквабаланс, Прозора, та інші регіональні води). Основними ринками збуту продукції корпорації є Україна, Молдова, Білорусь та країни Прибалтії. Галузь характеризується жорсткою конкуренцією та великим ступенем впливу цінового фактору на прийняття рішення про покупку. Основні види сировини: ячмінь, цукор, хміль, рисова січка, кукурудзяна крупа, солод. Сировина придбається як у виробників на ринку України так і за кордоном. Основною сферою діяльності компанії є виробництво різних напоїв, але окрім них компанія вирішила вийти на ринок снєків,

представивши в 2013 році різні сухарики і снеки під торговою маркою «Оболонські». Дані продукти стали популярними тому виробляються і сьогодні.

Розглянемо основні ринки на яких працює ПрАТ «Оболонь» (таб. 2.2).

Таблиця 2.2 – Споживчі ринки на яких працює компанія[25,26].

Ринок пива	Ринок мінеральної води	Ринок безалкогольних напоїв	Ринок слабоалкогольних напоїв	Ринок сидру
Найбільш складний ринок на сьогоднішній день. Показує мінімальне зростання виробництва пива на 2% при одночасному зменшенні споживання пива на душу населення.	Ринок зростає на 11%.	Ринок демонструє позитивну динаміку зростання 15%.	Ринок показує позитивну динаміку у 13%.	Ринок стабілізувався
Особливість: 4 виробники контролюють 93% ринку.	Особливість ринку: одна компанія з великим відривом контролює 36% ринку.	Особливість: 7 виробників займають майже 90% ринку.	Особливість: тільки 2 компанії займають 95% ринку.	Особливість: 94% ринку ділять між собою 4 компанії-виробники.

В акціонерному товаристві постійно діє програма модернізації, розширення виробництва, постійно здійснюються капітальні інвестиції.

Проблеми, які впливають на діяльність компанії :

1. поглиблення економічної кризи, втрата контролю над частиною території на Сході країни значне скорочення, а під час і втрата традиційних ринків збуту продукції;

2. девальвація національної валюти, великі курсові різниці, зростання курсів іноземних валют (придбання обладнання, сировини, матеріалів за кордоном, розрахунки за кредитами);

3. наявність нестабільної ситуації на ринку сировини; значне зростання вартості на основну сировину, допоміжні матеріали та енергоносії;
4. суттєве зниження купівельної спроможності населення;
5. відсутність льготного кредитування, ліквідація понад 70 банківських установ та велика кількість банків, що мають проблемний стан;
6. нестабільність нормативно-правового поля;
7. постійне посилення фіскального тиску, збільшення податкового навантаження, зростання адміністративного тиску, віднесення пива до алкогольних напоїв;
8. значне збільшення ставок акцизного збору на пиво та слабоалкогольні напої, підвищення нормативів справляння плати за надра та використання підземних та поверхневих вод для підприємств, підвищення орендної плати за землю та земельного податку;
9. висока конкуренція в галузі [15].

Стратегія корпорації ПрАТ «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. ПрАТ «Оболонь» впроваджує інноваційні та енергозберігаючі технології, що покращує екологічні характеристики виробництва, мінімізує шкідливі викиди у довкілля та забезпечує ощадливе використання ресурсів[15].

ПРАТ "Оболонь" є публічним акціонерним товариством, тому в організаційній структурі головним органом управління є збори акціонерів. Саме на цих зборах вирішується основні питання з приводу перспектив, діяльності підприємства.

Наступну сходинку в організаційній структурі займає : Президент, Рада та Ревізійна комісія. Ревізійна комісія стежить за порядком проведення зборів акціонерів та дотримання всіх норм, які закріплені в статуті підприємства. Рада

займається вирішенням пропозицій, що були внесені на зборах акціонерів. І звісно, Президент підприємства має ключову роль у підтвердженні вирішених на зборах питань.

Після того, як були проведені збори і рада затвердила нові положення, завдання чи плани підприємства, виходить наказ по підприємству, який починають виконувати керівники відділів, таких як: технічний директор, директор з капітального будівництва, директор з маркетингу, директор з продажу, директор з виробництва, директор з якості, директор з МТП, директор з зовнішньо – економічних питань, директор з кадрових питань та попиту, директор з економіки та фінансів, головний бухгалтер, директор з безпеки, директор з інформаційних технологій. Всі люди, які займають дані посади виконують всі рішення ради після зборів акціонерів, кожен з них має колектив, які виконують поставлені перед ними завдання[16].

Предмет діяльності акціонерного товариства:

1. Виробництво пива, мінеральних вод, солоду, сиропів, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, соків, вуглекислоти, поліетиленових ящиків, товарів народного споживання.
2. Експлуатація родовищ підземних та мінеральних вод для потреб свого виробництва, водопостачання підприємств, промвузла "Оболонь", а також підприємств - виробників мінеральної води.
3. Здійснення внутрішніх і міжнародних перевезень вантажів та пасажирів автомобільним транспортом.
4. Здійснення роздрібної та оптової торгівлі.
5. Організація фірмової торгівлі продукцією власного виробництва.
6. Здійснення фінансової, виробничої, торговельної, інвестиційної, маркетингової, постачальницької, будівельної, науково-дослідної, консультаційної, юридичної, видавничої, рекламної, проектної, туристичної, дилерської, холдингової, комісійної, посередницької, орендної, лізингової,

експортно-імпоротної, культурно-освітньої, добродійної, милосердної, представницької та іншої діяльності, а також надання різноманітних послуг українським та іноземним юридичним та фізичним особам.

7. Інші види діяльності, передбачені статутом[17].

Розглянемо асортимент продукції ПрАТ «Оболонь» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Асортимент продукції ПрАТ «Оболонь» [27; 30].

Номенклатура продукції	Одиниця вимірювання	Обсяг виготовленої продукції по роках		Динаміка, %
		2020	2021	
1.Слабоалкогольні напої міцністю від 1,2% до 8,5%	л. чист. спирт.	479501,0	614350,1	128,12
2.Води натуральні мінеральні негазовані	тис. дол.	363,6	295,8	81,35
3.Води натуральні мінеральні газовані	тис. дол.	156,1	204,5	131,01
4.Води газовані інші	тис. дол.	134,8	101,2	75,07
5.Води непідсолоджені й неароматизовані; лід та сніг	тис. дол.	690,2	596,8	86,47
6.Води з додаванням цукру і речовин підсолоджувальних чи ароматизуючих інших (типу лимонад, орандж)	тис. дол.	6019,2	5454,8	90,62
7.Бутлі, пляшки, флакони, фляги та вироби подібні для транспортування або пакування продукції (стакани для сметани, йогурту), місткістю 2 л і менше, з пластмас	тис. шт.	53768,3	44303,4	82,40
8.Бутлі, пляшки, флакони, фляги та вироби подібні для транспортування або пакування продукції, місткістю більше 2 л, з пластмас	тис. шт.	886,1	827,5	93,39

Дані таблиці 2.3 свідчать, що в розрізі номенклатури продукції, яка випускається підприємством, за окремими видами продукції випуск було нарощено у 2021 р. відносно його рівня у 2020 р., за іншими – виробництво скоротилося. Зокрема, обсяги виробництва слабоалкогольних напоїв міцністю від 1,2% до 8,5% зросли на 28,12 %; випуск води мінеральної газованої зріс на 31,01 %. Виробництво інших видів продукції із номенклатурного ряду ПрАТ «Оболонь» у 2021 р. скоротився відносно обсягів виробництва 2020 р. Економічний аналіз ПрАТ «Оболонь» передбачає глибоке комплексне дослідження усіх сторін його діяльності; співставлення отриманих результатів

роботи із затратами; оцінку різних аспектів роботи підприємства, що слугуватиме основою для розробки заходів щодо вдосконалення діяльності підприємства[10].

Розглянемо статистику по видам продукції ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Статистика по видам продукції ПрАТ “Оболонь” за 2020-2022 рр. [29; 30].

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції, тис. грн			Темп приросту, %		Частка в загальному обсязі,%		
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021	2020	2021	2022
Пиво	3102954,0	3453373,0	244,0	11	47,6	56,8	57,7	58,9
Безалкогольні напої	818340,0	873 318,0	1042475,0	7	19,4	15,0	14,6	12,1
Слабоалкогольні напої	289862,0	785577,0	928091,0	171	18,1	5,3	13,1	10,7
Мінеральна вода	346209,0	311710,0	383424,0	-10	23,0	6,3	5,2	4,4
Інша реалізація	684320,0	475224,0	512853,0	-31	7,9	12,5	7,9	5,9
Послуги доставки	454333,0	554222,0	888001,0	22	60,2	8,3	9,3	10,3
Ретро-бонуси та маркетинг	-229870,0	-466832,0	-201914,0	103	-56,7	-4,2	-7,8	-2,3
Всього	5466148,0	5986592,0	8649174,0	9,52	44,5	100	100	100

Таблиця 2.4 представляє статистику з обсягів реалізації продукції, темпів приросту та часток в загальному обсязі для різних видів продукції ПрАТ "Оболонь" за 2020-2022 роки.

Найбільшу частку в загальному обсязі реалізації займає пиво, яке становило 58,9% у 2022 році. Обсяг реалізації пива зріс на 11% у 2021 році порівняно з 2020 роком та ще на 244% у 2022 році. Безалкогольні напої мали другу за величиною частку 12,1% у 2022 році, з приростом обсягів на 7% у 2021 році та 19,4% у 2022

році. Слабоалкогольні напої продемонстрували значне зростання на 171% у 2021 році та ще 18,1% у 2022 році, становлячи 10,7% загального обсягу реалізації.

Мінеральна вода мала відносно меншу частку 4,4% у 2022 році, з падінням обсягів на 10% у 2021 році, але зростанням на 23% у 2022 році. Інша реалізація та послуги доставки становили 5,9% та 10,3% відповідно у 2022 році, з коливаннями темпів приросту. Ретро-бонуси та маркетингові витрати були від'ємними та коливалися за роками.

Таблиця показує, що в період з 2020 по 2022 рік ПрАТ "Оболонь" зіткнулося із значними змінами в обсягах реалізації та частках різних видів продукції. Ключовими факторами, що могли спричинити ці зміни, були: зсуви в споживчих перевагах та тенденціях ринку, ефективність маркетингових зусиль, цінова політика та конкурентоспроможність, а також розширення та оновлення асортименту продукції. Як наслідок, компанія могла зіткнутися з необхідністю перерозподілити ресурси та інвестиції, переглянути маркетингову стратегію, адаптувати виробничі потужності та логістику, а також зміцнити або переоцінити своє ринкове позиціонування залежно від зміни популярності окремих видів продукції.

Метою маркетингу ПрАТ "Оболонь" для себе формулює таким чином: дізнатися зрозуміти споживача настільки, щоб товар чи послуга відповідали його реальним вимогам потребам [9].

Маркетингова стратегія ПрАТ "Оболонь" ретельно продумана і враховує різні цільові аудиторії. Компанія усвідомлює відповідальність у відношенні до неповнолітніх споживачів, які вважаються "групою ризику". Тому маркетингові комунікації щодо них побудовані на поширенні достовірної інформації про продукцію та формуванні відповідального ставлення до споживання.

Одна з ключових конкурентних переваг "Оболоні" - це висока якість продукції, що забезпечується завдяки впровадженню новітніх визнаних у світі технологій виробництва. Компанія постійно нарощує обсяги виробництва та

реалізації, що позитивно позначається на її доходах. Загалом, стратегія розвитку ПрАТ спрямована на утримання лідерських позицій на ринку пива та безалкогольних напоїв шляхом максимального задоволення вимог і очікувань споживачів. При цьому велика увага приділяється питанням екології, збереженню довкілля та врахуванню інтересів зацікавлених сторін.

Невід'ємною складовою стратегії "Оболоні" є постійне вдосконалення системи управління відповідно до міжнародних стандартів, а також вміння передбачати тенденції розвитку ринку. Це дозволяє компанії оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища і коригувати свою діяльність відповідним чином.

SWOT-аналіз є виключно інструментом стратегічного планування та прийняття рішень у бізнес-середовищі. Він дозволяє всебічно дослідити внутрішнє і зовнішнє оточення компанії, виявити її ключові сильні та слабкі сторони, деякі можливості та загрози. Ретельно проведений SWOT-аналіз є основою для розробки ефективної стратегії подальшого розвитку підприємства та формування конкурентних переваг на його ринку.

Розглянемо SWOT-аналіз ПрАТ «Оболонь»(табл. 2.5).

У таблиці 2.5 представлений детальний SWOT-аналіз ПрАТ "Оболонь" - один із лідерів пивоварної та безалкогольної промисловості України з багаторічною історією та міцними ринковими позиціями. У таблиці наведено всебічну оцінку внутрішніх чинників компанії, таких як її сильні та слабкі сторони, а також аналіз зовнішнього середовища з визначенням результатів можливих та загроз, які можуть вплинути на діяльність підприємства.

Серед ключових сильних сторінок ПрАТ "Оболонь" визначено високу прибутковість, значні виробничі потужності, міцні ринкові позиції та конкурентні переваги. Водночас, до слабких сторінок компанії віднесено недоліки в системі

стимулювання праці персоналу, ризики невдалої диверсифікації та проблеми, пов'язані з масштабами діяльності великого підприємства.

Таблиця 2. 5 – SWOT-аналіз ПрАТ "Оболонь"

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості, О	Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПрАТ "Оболонь" може увійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також завдяки високій прибутковості компанія може збільшити доходи населення; маючи значні виробничі потужності ПрАТ "Оболонь" може розширити виробництво.	На основі можливості ПрАТ "Оболонь" проникнення на нові сегменти ринку, обслуговування нових додаткових груп споживачів, розширення виробництва компанія може мінімізувати атаки з боку конкурентів, невдалі диверсифікації, "хворобу великої компанії" та розробити ресурсозберігаючу стратегію. Також використовуючи зростання доходів населення може вдосконалити систему стимулювання праці.
Загрози, Т	Маючи високу прибутковість рентабельність фірма може знешкодити загрозу інфляції та зниження рівня доходів населення. А завдяки диференціації виробів, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам в потребах смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів.	Компанія має спрямувати свою діяльність на мінімізацію неефективної системи стимулювання праці, протистоянню атакам з боку ключових конкурентів уникати необґрунтовано диверсифікації, слідкувати за доцільністю розмірів виробництва та розробити ефективну ресурсозберігаючу стратегію. Також ПрАТ "Оболонь" має звести до мінімуму вплив інфляції, зменшення доходів населення, зміни смаків та потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку.

Аналіз зовнішнього середовища низьких доходів можливих для ПрАТ "Оболонь", серед яких освоєння нових ринкових ніш, залучення додаткових груп споживачів, на зростання виробничих потужностей за рахунок зростання населення. Проте компанія також має бути готовою протидіяти загрозам з боку конкурентів, змінам споживчих смаків, інфляційним процесам та зниженню купівельної ефективності населення.

Виявлений SWOT-аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони діяльності компанії, окреслити виявлені можливості та загрози з призначення,

формування оптимальної стратегії розвитку, орієнтованої на максимальне використання переваг, зменшення недоліків та протистояння негативному впливу зовнішнього середовища.

Також, для визначення факторів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність ПрАТ «Оболонь» будемо використовувати методику PEST-аналізу.

Результати PEST-аналізу ПрАТ «Оболонь» представлені в табл. 2.6, 2.7.

Таблиця 2.6 – PEST - аналіз ПрАТ «Оболонь» (політичні та соціальні фактори)

Політичні фактори	Вплив фактору	Соціальні фактори	Вплив фактору
1. Військовий стан в країні	-3	1. Відтік за кордон висококваліфікованих кадрів	-1
2. Вихід із ринків Росії та Німеччини	-1	2. Низька мотивація праці	0
3. Недосконалість законодавства	-2	3. Соціальні умови на підприємстві	+2
4. Недосконалі умови експорту	+1	4. Значний % працюючих пенсійного та перед- пенсійного віку	0
5. Монополізація ринку	+1	5. Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	+3
6. Відсутність пільг для заохочення інноваційної діяльності	-3	6. Психологічний клімат у трудовому колективі	+1
7. Можливості контролю господарської діяльності та управління з боку акціонерів	+2	7. Соціальні програми щодо шкідливості вживання алкогольних напоїв	-1

Таблиця 2.7 –PEST - аналіз ПрАТ "Оболонь" (економічні та технологічні фактори)

Економічні фактори	Вплив фактору	Технологічні фактори	Вплив фактору
1.Ріст інфляції	-3	1.Ресурсозалежність виробництва	-2
2.Висока облікова ставка НБУ та ставка кредитування комерційних банків	-1	2.Залежність від комплектуючих з інших країн	-1
3.Платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку збуту	-1	3. Високий рівень зношеності основних фондів	-1
4. Нестабільний курс національної валюти	+2	4.Використання інноваційних технологій	+2
5. Високий рівень податків	+3	5. Випуск нових видів продукції	+3
6. Зростання цін на сировину та енергоресурси	+1	6. Впровадження енергозберігаючих та природоохоронних заходів	+1
7. Інвестиційний потенціал	-1	7. Наявність резервних потужностей	-1
8. Митні бар'єри	-1	8. Відповідність організації виробництва умовам ринкового середовища	-1

Як видно з даних у таблиці, серед політичних факторів:

1. Військова ситуація в країні;
2. І відсутність законодавчих пільг та заохочення інноваційної діяльності мають найбільший негативний вплив на діяльність ПАТ "Оболонь".
3. Недосконалість законодавства також справила вкрай негативний вплив на
4. Діяльність організації.
5. Серед соціальних факторів впливу виділяють тільки відтік.
6. Негативний вплив на дають ЗМІ про шкоду вживання алкогольних напоїв.

Отже, приватне акціонерне товариство "Оболонь" є одним із провідних виробників напоїв в Україні з багаторічною історією розвитку. Компанія має чітку організаційну структуру з розподілом обов'язків між керівниками різних підрозділів для ефективного функціонування. За період 2019-2022 років спостерігалось збільшення чисельності працівників та фонду оплати праці, що свідчить про розширення діяльності підприємства.

ПрАТ "Оболонь" працює на різних споживчих ринках: пива, мінеральної води, безалкогольних напоїв, слабоалкогольних напоїв та сидру і незважаючи на певні проблеми, пов'язані з економічною кризою, девальвацією національної валюти та зниженням купівельної спроможності населення, компанія прагне утримати лідируючі позиції за рахунок впровадження інновацій та розвитку.

Асортимент продукції підприємства є досить широким і включає слабоалкогольні напої, мінеральні води, безалкогольні напої та пластикову тару. В 2020 році порівняно з 2019 роком спостерігалось зростання випуску окремих видів продукції, зокрема слабоалкогольних напоїв та мінеральної газованої води, однак за іншими позиціями виробництво скоротилося.

2.2 Аналіз та фінансово-економічна оцінка стану підприємства

У сучасних ринкових умовах успішне функціонування та розвиток підприємства значною мірою залежить від його здатності адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища, ефективно використовувати наявні ресурси та приймати виважені управлінські рішення. Одним із ключових інструментів, що дозволяє керівництву підприємства оцінити його поточний стан, виявити проблемні зони та визначити напрямки подальшого вдосконалення, є аналіз фінансово-економічних показників діяльності.

ПрАТ "Оболонь" є одним з найбільших виробників пива та безалкогольних напоїв в Україні з багаторічною історією та міцними ринковими позиціями.

Однак, враховуючи мінливість економічної ситуації, жорстку конкуренцію та появу нових викликів, проведення комплексного аналізу фінансово-господарської діяльності цього підприємства є вкрай актуальним завданням. Ґрунтовне дослідження фінансового стану, ефективності використання ресурсів, показників прибутковості та ділової активності допоможе виявити існуючі недоліки та розробити заходи щодо підвищення ефективності роботи компанії.

Розглянемо майно ПрАТ «Оболонь» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 - Динаміка майнового стану та деяких фінансових показників ПрАТ "Оболонь"

Показники, тис. грн (окрім відносних)	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2021 від 2020	Відхилення 2022 від 2021
				Абс.	Темп приросту, %
1. Загальна вартість майна	5323114,0	5362247,0	5615058,0	39133	0,74
2. Необоротні активи	4299505,0	3820753,0	5007701,0	-478752	-11,13
3. Оборотні активи	1023609,0	1541494,0	607357,0	517885	50,59
4. Власний капітал	2198809,0	2275607,0	2275607,0	76798	3,49
5. Залучений капітал	3124305,0	3086640,0	3339451,0	-37665	-1,21
6. Коефіцієнт зносу ОЗ	0,605	0,624	0,623	0,019	3,14
7. Коефіцієнт покриття	0,406	0,499	0,290	0,093	22,91
8. Коефіцієнт автономії	0,413	0,424	0,406	0,011	2,66

З наведених у таблиці 2.8 даних можна виділити такі особливості динаміки майнового стану та фінансових показників ПрАТ "Оболонь" протягом 2020-2022 років:

Загальна вартість майна підприємства незначно зросла в 2021 році на 0,74% у порівнянні з 2020 роком, що могло бути спричинено інвестиціями в оновлення обладнання та незначним розширенням виробництва. Однак, у 2022 році спостерігається більш суттєве збільшення на 4,72% або 252,8 млн. грн. порівняно з попереднім періодом, що може свідчити про масштабніші інвестиційні проекти та

економічне зростання компанії, наслідком чого може стати збільшення виробничих потужностей та покращення конкурентних позицій.

Необоротні активи зменшилися у 2021 році на 11,13% або 478,8 млн. грн., що може бути пов'язано з вибуттям застарілих основних засобів та списанням невикористаних необоротних активів з метою оптимізації структури майна. Проте, у 2022 році відбулося значне зростання необоротних активів на 31,06%, що становило 1,19 млрд. грн. у абсолютному вираженні. Така позитивна динаміка може бути результатом інвестицій у модернізацію та оновлення виробничої бази, що в перспективі може підвищити ефективність виробництва та конкурентоспроможність продукції.

Оборотні активи мали протилежну тенденцію - різке збільшення у 2021 році на 50,59%, що могло бути наслідком нарощування виробничих запасів та зростання дебіторської заборгованості, а потім стрімке скорочення у 2022 на 60,59%, яке може свідчити про вжиття заходів з оптимізації оборотних активів, зменшення обсягів кредиторської заборгованості та підвищення ефективності управління оборотним капіталом.

Власний капітал незначно зріс у 2021 році на 3,49% за рахунок реінвестування прибутку, але в 2022 залишився без змін, що може бути наслідком спрямування прибутку на інвестиційні цілі або виплату дивідендів. Залучений капітал дещо зменшився у 2021 році на 1,21%, проте потім виріс на 8,19% у 2022 році, що може свідчити про залучення додаткових позикових коштів для фінансування інвестиційної діяльності та розширення виробництва.

Коефіцієнти автономії, покриття та зносу основних засобів загалом перебували на задовільному рівні, хоча коефіцієнт покриття продемонстрував певне погіршення у 2022 році, що може бути ознакою зниження ліквідності та платоспроможності підприємства у короткостроковій перспективі. Необхідно проаналізувати більш детально структуру оборотних активів та поточних зобов'язань для виявлення причин такої тенденції.

Проаналізувавши динаміку власного та залученого капіталу ПрАТ "Оболонь" за 2020-2022 роки, можна виділити кілька ключових моментів та потенційних проблем (рис. 2.2).

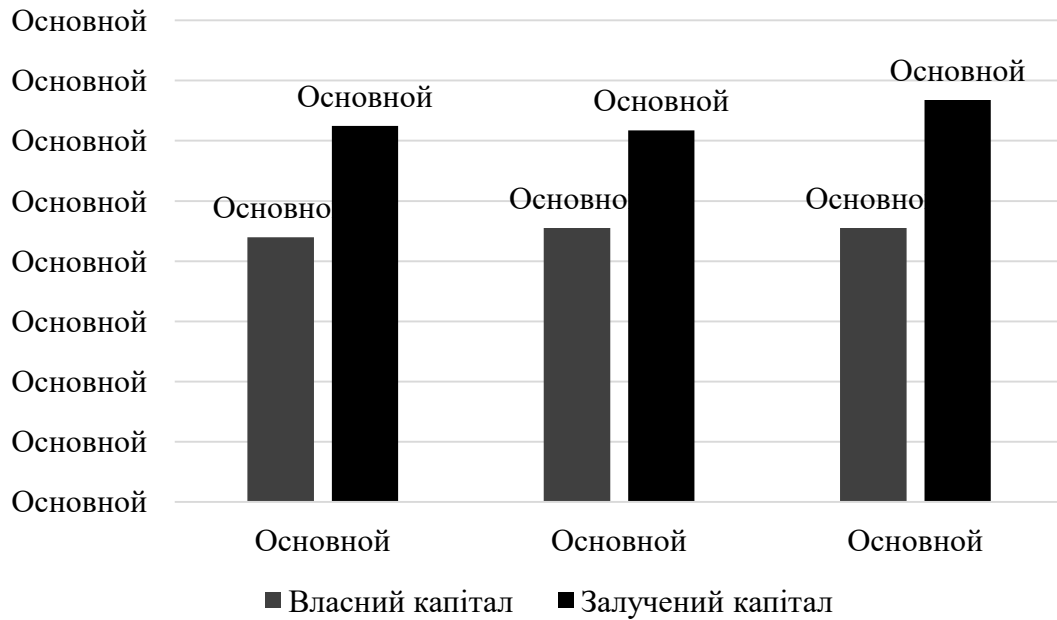


Рисунок 2.2 – Динаміка власного і залученого капіталу ПрАТ "Оболонь" протягом 2020-2022 років, тис. грн. [30]

По-перше, слід відзначити зростання власного капіталу у 2021 році на 76798 тис. грн або 3,49% порівняно з 2020 роком.

Це може свідчити про успішну діяльність підприємства та реінвестування частини отриманого прибутку в розвиток бізнесу. Однак, у 2022 році величина власного капіталу залишилася незмінною порівняно з 2021 роком, що може бути наслідком спрямування прибутку на інвестиційні цілі або виплату дивідендів власникам компанії.

Стосовно залученого капіталу, спостерігається дещо інша тенденція. У 2021 році він скоротився на 37665 тис. грн. або 1,21% порівняно з 2020 роком, що може бути пов'язано з погашенням частини кредитних зобов'язань. Проте, у 2022 році

залучений капітал зріс на 252811 тис. грн. або 8,19% порівняно з 2021 роком. Це може свідчити про залучення додаткових позикових коштів для фінансування інвестиційних проєктів або поповнення обігових коштів.

Потенційною проблемою є зростання частки залученого капіталу у структурі джерел фінансування діяльності підприємства. Це може призвести до підвищення фінансових ризиків, збільшення витрат на обслуговування боргу та зниження фінансової стійкості компанії. Крім того, надмірна залежність від зовнішніх джерел фінансування обмежує можливості для маневрування та гнучкого реагування на зміни ринкової ситуації.

Для підтримання оптимального співвідношення власного та залученого капіталу, а також забезпечення фінансової стійкості ПрАТ "Оболонь" керівництву компанії необхідно ретельно проаналізувати структуру залученого капіталу, умови кредитних угод та можливості рефінансування боргових зобов'язань. Також доцільно розглянути альтернативні шляхи залучення інвестицій, такі як додаткова емісія акцій або реінвестування частини прибутку. Збалансована структура капіталу дозволить підприємству зберегти фінансову незалежність та забезпечити стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Аналізуючи дану таблицю 2.9, можна помітити кілька важливих тенденцій та проблемних моментів у використанні основних засобів ПрАТ "Оболонь" протягом 2020-2022 років.

Таблиця 2.9 - Аналіз ефективності використання основних засобів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр, тис. грн.

Показники	2020	2021	2022	Відхилення	
				2020/2021	2021/2022
Середньорічна вартість основних засобів	6787547,5	4067871,0	3814672,0	-2719677	-253199
Знос	7392445,0	7975 95,0	306118,0	583350	330323
Коефіцієнт зносу, %	1,09	1,96	2,18	0,87	0,22
Фондовіддача	1,22	0,68	0,44	-0,54	-0,24
Фондоємність	0,82	1,47	2,27	0,65	0,80
Фондооборотність	2928,19	1856,63	1 823,46	-1 071,56	-33,17

По-перше, спостерігається значне зменшення середньорічної вартості основних засобів підприємства.

Протягом 2020-2021 років вона зменшилась на 2719677 тис. грн, а у 2021-2022 роках - ще на 253199 тис. грн. Це може свідчити про вибуття застарілих основних фондів, їх ліквідацію або продаж.

По-друге, незважаючи на скорочення вартості основних засобів, їх знос продовжує зростати. У 2020-2021 роках знос збільшився на 583350 тис. грн, а у 2021-2022 - на 330323 тис. грн. Відповідно, коефіцієнт зносу основних засобів зріс з 1,09% у 2020 році до 2,18% у 2022 році. Це вказує на старіння та зношеність основних фондів підприємства.

Проблемним моментом є також зниження ефективності використання основних засобів. Показники фондівіддачі та фондооборотності демонструють негативну динаміку протягом аналізованого періоду. Фондовіддача знизилась з 1,22 у 2020 році до 0,44 у 2022 році, що свідчить про погіршення ефективності використання основних фондів у виробничому процесі. Фондооборотність також скоротилась з 2928,19 оборотів у 2020 році до 1823,46 оборотів у 2022 році.

Наслідками такої ситуації можуть стати зниження продуктивності праці, збільшення витрат на ремонт та обслуговування застарілого обладнання, погіршення якості продукції, зростання собівартості та зменшення прибутковості діяльності підприємства.

Тому керівництву ПрАТ "Оболонь" необхідно вжити заходів щодо оновлення основних фондів, інвестування у нове сучасне обладнання та підвищення ефективності використання основних засобів.

Аналіз структури та ефективності використання матеріальних ресурсів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 роки виявляє кілька важливих тенденцій та проблемних моментів (табл .2.10).

Таблиця 2.10 – Структура та ефективність використання матеріальних ресурсів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Показник	2020	2021	2022	Відхилення 2021/2022	
				Абс	відн
Матеріальні затрати	2993302,0	3389517,0	3617382,0	227 865	6,30
Витрати на оплату праці	705528,0	728365,0	853060,0	124 695	14,62
Відрахування на соціальні заходи	149141,0	154432,0	182848,0	28 416	15,54
Амортизація	399564,0	402242,0	383029,0	-19 213	-5,02
Інші операційні витрати	1204645,0	1381481,0	1482506,0	101 025	6,81
Разом	5452180,0	6056037,0	6518826,0	462 789	7,10

Першою проблемою є стійке зростання матеріальних затрат підприємства. У 2021 році порівняно з 2020 роком вони збільшились на 6,30%, а в 2022 році порівняно з 2021 роком - ще на 6,30%. Це може бути наслідком підвищення цін на сировину та матеріали, неефективного використання ресурсів та високої матеріаломісткості продукції. Зростання матеріальних затрат призводить до збільшення собівартості продукції, зниження рентабельності виробництва та втрати конкурентоспроможності.

Другою проблемою є збільшення витрат на оплату праці та відрахувань на соціальні заходи. У 2022 році витрати на оплату праці зросли порівняно з 2021 роком на 14,62%, а відрахування на соціальні заходи - на 15,54%. Причиною цього може бути підвищення мінімальної заробітної плати та рівня оплати праці працівників підприємства. Наслідками є зростання собівартості продукції, зниження прибутковості та необхідність пошуку шляхів підвищення продуктивності праці.

Позитивним моментом є зменшення витрат на амортизацію у 2022 році порівняно з 2021 роком на 5,02%. Це може свідчити про оновлення основних фондів підприємства та заміну застарілого обладнання, що в майбутньому повинно сприяти зниженню витрат на ремонт та обслуговування.

Загалом, сукупні операційні витрати ПрАТ «Оболонь» демонструють тенденцію до зростання, збільшившись у 2022 році порівняно з 2021 роком на 7,10%. Це може негативно позначитися на фінансових результатах діяльності підприємства та вимагає вжиття заходів щодо оптимізації витрат і підвищення ефективності використання ресурсів.

Розглянемо динаміку прибутку ПрАТ «Оболонь» (рис.2.3)

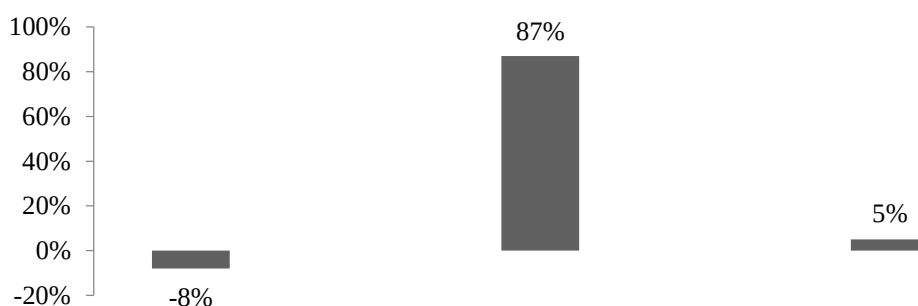


Рисунок 2.3 – Зміна чистого прибутку на одну просту акцію за 2020-2022 роки [30]

Чистий прибуток на одну просту акцію є важливим показником для оцінки ефективності діяльності компанії та її інвестиційної привабливості. Він розраховується як відношення чистого прибутку компанії до середньорічної кількості простих акцій, що перебувають в обігу. Цей показник відображає, яку частку чистого прибутку отримує власник однієї простої акції.

Аналізуючи дані щодо чистого прибутку на одну просту акцію ПрАТ "Оболонь", можна помітити значні коливання протягом 2020-2022 років (рис. 2.3). У 2020 році цей показник мав від'ємне значення -0,3344 грн, що свідчило про збиткову діяльність компанії. Однак у 2021 році ситуація кардинально змінилася - чистий прибуток на акцію сягнув 3,6846 грн, що може бути наслідком успішної операційної діяльності, оптимізації витрат та ефективного управління ресурсами.

Проте вже у 2022 році спостерігалось різке зниження цього показника до 0,2362 грн, що становило скорочення на 93,59% порівняно з попереднім роком.

Така волатильність чистого прибутку на акцію може негативно позначитися на декількох аспектах діяльності ПрАТ "Оболонь". По-перше, це прямо впливає на інвестиційну привабливість компанії та її вартість для потенційних інвесторів. Значне зниження прибутковості акцій у 2022 році може відлякувати інвесторів та ускладнити залучення додаткового капіталу для розвитку бізнесу. По-друге, це може вплинути на політику виплати дивідендів та незадоволеність існуючих акціонерів. По-третє, волатильність прибутку на акцію ускладнює процес стратегічного планування та прогнозування майбутніх фінансових результатів компанії.

Отже, аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ "Оболонь" за 2020-2022 роки розкриває як позитивні, так і негативні аспекти в діяльності компанії. Загалом, підприємство може бути оцінене як маюче задовільний фінансовий стан, але варто врахувати деякі небажані тенденції.

Серед сильних сторін можна відзначити зростання загальної вартості майна та інвестиції в модернізацію виробництва, що свідчить про стратегічне управління ресурсами та орієнтацію на майбутнє. Також позитивними моментами є зменшення кредиторської заборгованості та позитивна динаміка власного капіталу у 2021 році, що може свідчити про ефективне фінансове управління.

Однак, серед слабких сторін виділяються зростання частки залученого капіталу та старіння основних засобів, що може вказувати на потенційні проблеми з ефективністю використання ресурсів та необхідність реформування стратегій управління активами. Також варто враховувати волатильність чистого прибутку на акцію, що може створювати невпевненість серед інвесторів та ускладнювати планування фінансових показників.

Незважаючи на це, аналіз також вказує на численні можливості для покращення, такі як оновлення основних фондів, оптимізація структури капіталу

та вихід на нові ринки. Однак, враховуючи загрози, такі як зростання цін на сировину, загострення конкуренції та несприятливі зміни в макроекономічній ситуації, підприємство повинне ретельно виважувати свої кроки та розробляти стратегії ризик-менеджменту для забезпечення стійкого розвитку в майбутньому.

2.3 Аналіз показників результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»

Результативність діяльності ПрАТ «Оболонь» було проаналізовано на основі абсолютних та відносних показників в діяльності підприємства.

Розглянемо результати ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр. (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн. [27; 29; 30]

Показник	2020	2021	2022	Відхилення 2020/2019	Відхилення 2021/2020
Чистий дохід від реалізованої продукції	5549706,0	5986592,0	8649174,0	(+) 436886 (+7,30%)	(+) 2662582 (+30,78%)
Собівартість реалізованої продукції	4070109,0	4877463,0	5751536,0	(+) 807354 (+16,50%)	(+) 874073 (+15,20%)
Валовий прибуток	1479597,0	1109129,0	2897638,0	(-) 370468 (-33,40%)	(+) 1788509 (+61,72%)
Витрати на збут	719636,0	790218,0	684010,0	(+) 70582 (+8,90%)	(-) 106208 (-15,53%)
Адміністративні витрати	361150,0	423695,0	470629,0	(+) 62545 (+14,70%)	(+) 46934 (+9,97%)
Повні витрати	5150895,0	6091376,0	6906175,0	(+) 940481 (+15,44%)	(+) 814799 (+11,80%)
Прибуток чистий	338614,0	-130821,0	1114681,0	(-) 469435 (+358,84%)	(+) 1245502 (+111,74%)
Вартість основних засобів	4386805,0	4067871,0	3814672,0	(-) 318934 (-7,84%)	(-) 253199 (-6,64%)
Витрати на 1 грн. виручки від реаліз.	0.93	1.02	0.80	(+) 0,09 (+27,72%)	(-) 0,22 (-27,43%)
Рентабельність продажів	6.57	-2.15	16.14	(-) 8,72	(+) 18,29

Розглянемо виявленні тенденції графічно (рис. 2.4).

За останні три роки ПрАТ «Оболонь» відзначився досить цікавими тенденціями у своєму фінансовому стані. Чистий дохід, який є ключовим

показником ефективності діяльності, відзначився стійким зростанням, підвищуючись на 7,3% у 2021 році та на 30,78% у 2022 році порівняно з попереднім роком. Це свідчить про успішність стратегій управління та збільшення обсягів продажів або підвищення цін на продукцію.

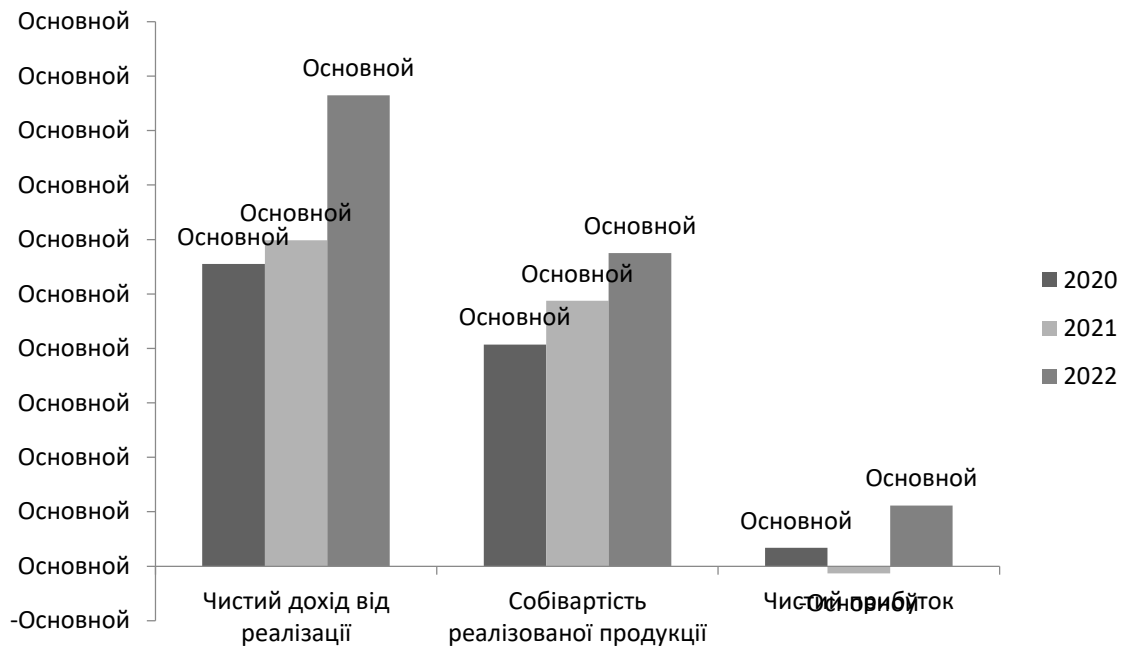


Рисунок 2.4 – Фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн.

У той же час, собівартість реалізованої продукції також зросла, хоча темпи зростання були помітно повільнішими, ніж у чистого доходу. Це вказує на те, що компанія може стикатися з підвищенням вартості виробництва, можливо, через зростання вартості сировини або інших факторів.

Щодо витрат, варто відзначити, що витрати на збут досягли свого піку до 2021 року, але вдалося зменшити їх у 2022 році. Також адміністративні витрати продовжували зростати протягом усіх трьох років, що може вказувати на необхідність оптимізації внутрішнього управління. Загальні витрати також

збільшувались, але темпи зростання сповільнилися у 2022 році, що може свідчити про певне поліпшення у контролі над витратами.

ПрАТ "Оболонь" за останні три роки стикнулася з рядом фінансових проблем, які потенційно можуть вплинути на її стійкість та конкурентоспроможність на ринку. Зростання собівартості реалізованої продукції, яке було зафіксовано, може вказувати на проблеми з ефективністю виробництва або на збільшення витрат на сировину та енергоносії. Це може позначитися на кінцевих цінах для споживачів та загальній прибутковості підприємства. Зниження рентабельності продажів у 2021 році є ще однією проблемою, яка потребує уваги.

Це може свідчити про те, що компанія може втратити конкурентну перевагу через збільшення витрат або зниження цін на свою продукцію. Низька рентабельність може обмежувати можливості для інвестицій та розвитку, що в свою чергу може загрожувати майбутньому зростанню компанії.

Наслідки цих проблем можуть бути серйозними для ПрАТ "Оболонь". Зниження чистого прибутку в 2021 році може обмежити її можливості для розвитку та відтворення, що може вплинути на її фінансову стійкість та здатність витримувати зовнішні впливи. Погіршення фінансового становища може також зробити її менш здатною до конкуренції на ринку, що загрожує її позиціям та частці ринку. Тому вирішення цих проблем та вжиття необхідних заходів для відновлення стійкості та конкурентоспроможності стануть важливими завданнями для керівництва компанії.

Відслідкуємо стан рентабельності ПрАТ «Оболонь» (табл. 2.12).

Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Оболонь» дає змогу детальніше оцінити ефективність діяльності підприємства протягом 2020-2022 років. У 2020 році спостерігалася вкрай негативна ситуація - всі показники рентної здатності мали від'ємні значення. таким чином, рентабельність за валовим прибутком склала -46,47%, що свідчить про значні збитки від операційної діяльності.

Рентабельність за чистим прибутком (-7,2%) та операційним прибутком (-6,41%) також були негативними через неефективність витрат. Особливо критичним був показник рентабельності власного капіталу (-17,55%), який свідчить про збитковість використання власних коштів акціонерів. Від'ємні терміни окупності капіталу та активів відображають прибутковість діяльності.

Таблиця 2.12 – Аналіз показників рентабельності ПрАТ «Оболонь»

Показник	2020	2021	Відхилення 2021 до 2020	2022	Відхилення 2022 до 2021
Показники рентабельності реалізації					
Рентабельність за валовим прибутком	-46,47	-59,1	-12,63	68,15	127,25
Рентабельність за операційним прибутком	-6,41	1,41	7,82	9,06	7,65
Рентабельність за чистим прибутком	-7,2	2,54	9,74	11,91	9,37
Показники рентабельності власного капіталу та зобов'язання					
Рентабельність власного капіталу	-17,55	5,59	23,14	28,58	22,99
Термін окупності власного капіталу	-20,52	-22,45	-1,93	53,16	75,61
Рентабельність позикового капіталу	-9,07	6,51	15,58	16,39	9,88
Показники рентабельності активів					
Рентабельність активів	-5,98	3,18	9,16	10,38	7,2
Термін окупності активів	-61,03	-78,76	-17,73	144,01	222,77
Рентабельність необоротних активів	-15,64	4,33	19,97	21,13	16,8
Термін окупності необоротних активів	-23,33	-60,55	-37,22	89,82	150,37
Рентабельність оборотних активів	-9,68	11,93	21,61	31,81	19,88
Термін окупності оборотних активів	-37,7	-18,22	19,48	54,19	72,41

Зобразимо показники рентабельності графічно (рис. 2.5, 2.6, 2.7).

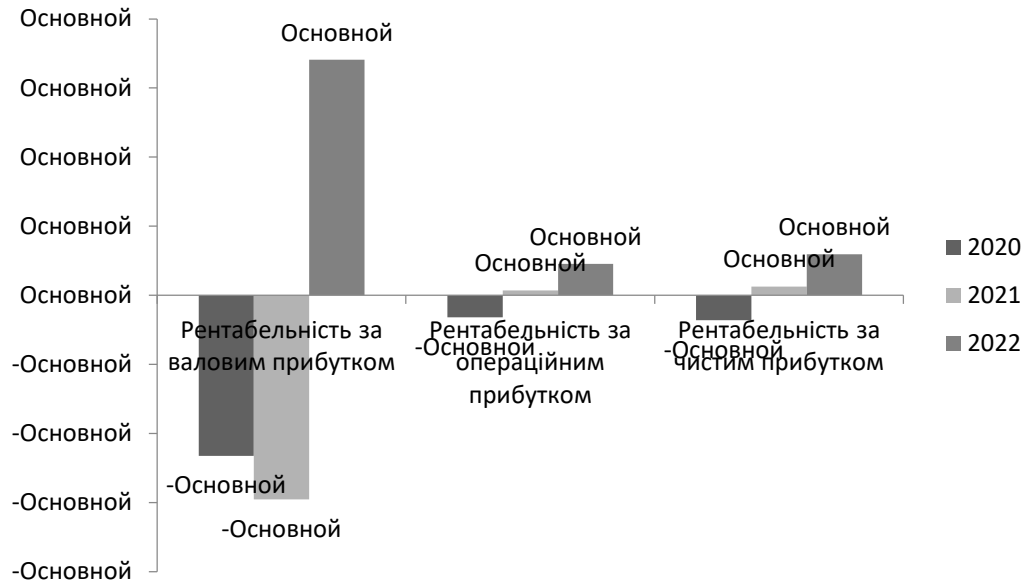


Рисунок 2.5 – Показники рентабельності реалізації ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

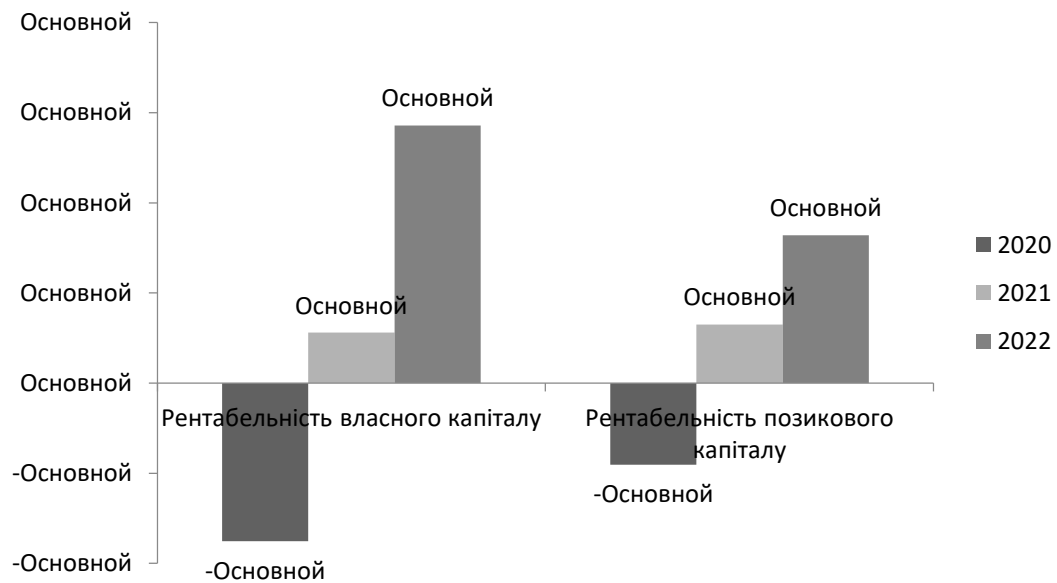


Рисунок 2.6 – Показники рентабельності власного капіталу та зобов'язання ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

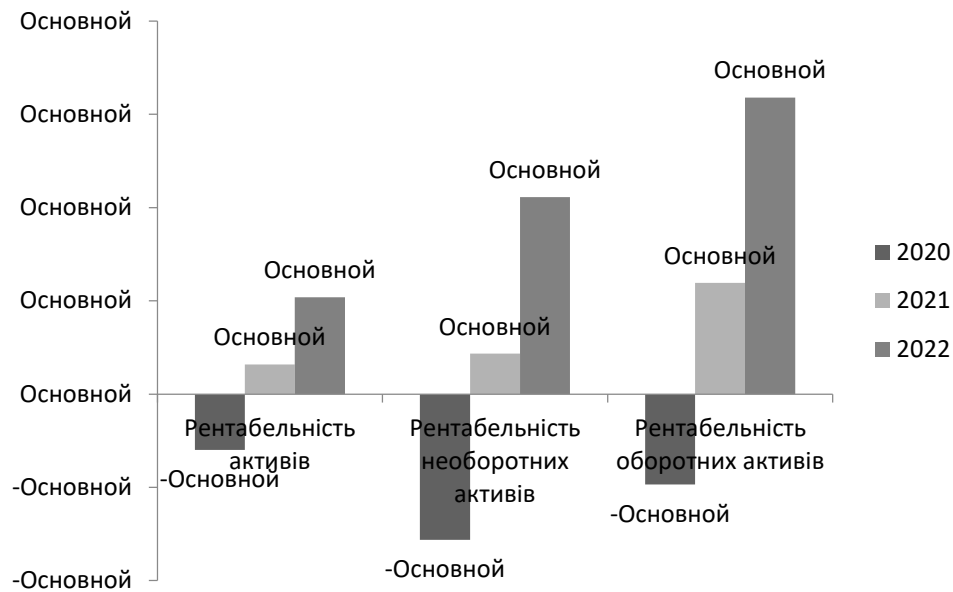


Рисунок 2.7 – Показники рентабельності активів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Однак у 2021 році почалося поступове покращення ситуації. Більшість показників рентабельності виявилися в позитивній площині, зокрема рентабельність операційної діяльності зросла до 1,41%, чистої прибутку - до 2,54%. Рентабельність власного капіталу також стала додатковою (5,59%), що призвело до певної віддачі на інвестовані акціонерами вартості. Проте терміни окупності капіталу й активів ще залишилися від'ємними через накопичені збитки минулих періодів. У 2022 році відбулося суттєве підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Оболонь». Рентабельність валового доходу зросла до 68,15%, операційного - до 9,06%, чистого доходу - до 11,91%. Показник рентабельності власного капіталу підвищився до 28,58%, що є дуже хорошим результатом. Усі терміни окупності капіталу й активів стали позитивними.

Підсумовуючи, 2020 рік був дуже складним і збитковим для підприємства через невідомі чинники. Однак керівництву ПрАТ «Оболонь» вдалося вжити деякі заходи та значно підвищити ефективність операційної діяльності й використання

ресурсів у 2021-2022 роках, що позитивно відобразилося на показниках рентабельності.

Наступним кроком стала оцінка фінансової стійкості за допомогою окремих коефіцієнтів. Динаміка зміни показників фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» за 2019-2022 роки представлена на рис. 2.8.

Аналізуючи рівень фінансової стійкості досліджуваного підприємства, варто зазначити наступні аспекти: коефіцієнт фінансової автономії ПрАТ «Оболонь» показав, що доля власного капіталу в капіталі підприємства є низькою, але в динаміці років помітно зростає, що свідчить про високий рівень самостійності підприємства.

Дану ситуацію пояснює й рівень фінансової заборгованості ПрАТ «Оболонь», що зменшується в динаміці років.

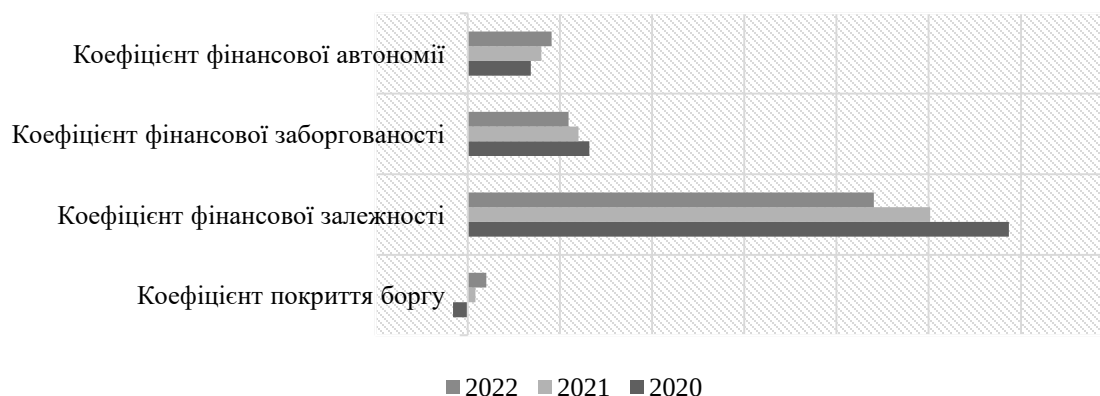


Рисунок 2.8 – Динаміка показників фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» у 2019-2022 роках

Тобто кредитів в капіталі підприємства стає менше, а кількість власних ресурсів помітно зростає. Коефіцієнт фінансової залежності показує наявність залежності підприємства, але цей рівень є невисоким, прийнятним для підприємства з такими оборотами діяльності.

Розглянемо показники ліквідності та платоспроможності (табл. 2.13).

Таблиця 2.13 - Показники ліквідності та платоспроможності за 2020-2022 роки

Коефіцієнт	Нормативне значення	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення 2022 від 2020
Коефіцієнт покриття	>1	0,56	0,75	1,50	+0,94
Коефіцієнти швидкої ліквідності	0,6-1	0,24	0,26	0,69	+0,45
Коефіцієнти абсолютної ліквідності	0,2-0,35	0,01	0,01	0,11	+0,10
Коефіцієнти автономії	>0,5	0,40	0,44	0,61	+0,21
Коефіцієнт фінансування	>1	0,70	0,81	1,72	+1,02

Аналіз показників ліквідності та платоспроможності підприємства в період з 2020 по 2022 рік виявив деякі проблеми та позитивні порушення у його фінансовому стані.

У 2020 році спостерігалися низькі значення коефіцієнтів ліквідності, що свідчило про труднощі з погашенням поточних зобов'язань за рахунок наявних ліквідних активів. Коефіцієнт абсолютної ліквідності становив лише 0,01, коефіцієнт швидкої ліквідності - 0,24, а коефіцієнт покриття - 0,56, тоді як їх нормативні значення мають бути вищими. Крім того, невисоке значення коефіцієнта автономії (0,4) вказувало на залежність підприємства від залучених коштів та недостатню фінансову стійкість. Така ситуація могла призвести до ризику неплатоспроможності у разі втрати фінансового стану.

Проте у 2022 році відбулося суттєве підвищення показників ліквідності та платоспроможності. Коефіцієнт покриття зріс до 1,5, перевищивши нормативне значення, що здатний про здатність підприємства розраховуватися за поточними зобов'язаннями за рахунок оборотних активів. Коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності також підвищилися до 0,69 та 0,11 відповідно, наближаючись до оптимальних функцій.

Показники фінансової стійкості також покращилися у 2022 році. Коефіцієнт автономії зріс до 0,61, що є вищим за рекомендоване значення 0,5, демонструючи підвищення фінансової незалежності підприємства. Коефіцієнт фінансування 1,72 працює про достатню платоспроможність та перевищення власного капіталу над залученими коштами.

Загалом, позитивна динаміка показників у 2022 році з 2020 роком вказує на ефективні заходи керівництва підприємства щодо оптимізації структури капіталу, покращення управління активами та зобов'язаннями. Це дозволило знизити ризики неплатоспроможності та забезпечити фінансову стійкість компанії.

У результаті аналізу показників результативності діяльності ПрАТ «Оболонь» можна зробити наступні висновки. Підприємство демонструвало позитивну динаміку в останні роки, особливо в 2022 році - збільшилися чистий дохід, прибутковість та рентабельність операцій. Водночас, збільшили й деякі витрати, особливо собівартість реалізованої продукції, що може негативно вплинути на ціни та конкурентоспроможність у майбутньому.

Для здійснення аналізу результативності діяльності ПрАТ «Оболонь» виконаємо факторний аналіз чистого прибутку підприємства (табл. 2.13).

Дані для проведення факторного аналізу чистого прибутку підприємства (табл. 2.14).

Оцінимо поетапно кількісний вплив кожного із чинників на зміну чистого прибутку.

1. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини власного капіталу:

$$\Delta\text{ЧПВК} = (\text{ВК}_3 - \text{ВК}_п) \times \text{КобАп} \times \text{Мкп} \times \text{Рчистап} \quad (2.1)$$

$$\Delta\text{ЧПВК} = (1122339,0 - 337896,0) \times 17,69 \times 1,00 \times 0,02 = 277535,9$$

Таблиця 2.14 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу чистого прибутку за 2022 р.

Показник	Значення		Зміна значень
	Попередній рік (п)	Звітний рік (з)	
Чистий прибуток (ЧП), тис. грн	135094,0	1114681,0	979587,0
Чистий дохід від реалізації продукції (ЧД), тис. грн	5986592,0	8649174,0	2662582,0
Середньорічні залишки активів (А), тис. грн	338321,0	469532,0	131211,0
Середньорічні залишки власного капіталу (ВК), тис. грн	337896,0	1122339,0	784443,0
Оборотність активів (КобА), оборотів (ряд. 2 / ряд. 3)	17,69	18,42	0,73
Мультиплікатор капіталу (Мк) (ряд. 3 / ряд. 4)	1,00	0,41	-0,58
Чиста рентабельність (Рчиста) (ряд. 1 / ряд. 2)	0,02	0,13	0,13

2. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни оборотності активів:

$$\Delta \text{ЧПКобОА} = \text{ВКз} \times (\text{КобАз} - \text{КобАп}) \times \text{Мкп} \times \text{Рчистап} \quad (2.2)$$

$$\Delta \text{ЧПКобОА} = 1122339,0 \times (18,42 - 17,69) \times 1,00 \times 0,02 = 16386,1$$

3. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини мультиплікатора власного капіталу:

$$\Delta \text{ЧПМк} = \text{ВКз} \times \text{КобАз} \times (\text{Мкз} - \text{Мкп}) \times \text{Рчистап} \quad (2.3)$$

$$\Delta \text{ЧПМк} = 1122339,0 \times 18,42 \times (0,41 - 1,00) \times 0,02 = -243947,1$$

4. Визначимо зміну чистого прибутку в результаті зміни величини чистої рентабельності:

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{чиста}} = \text{ВКз} \times \text{КобАз} \times \text{Мкз} \times (\text{Рчистаз} - \text{Рчистап}) \quad (2.4)$$

$$\Delta\text{ЧП}_{\text{чиста}} = 1122339,0 \times 18,42 \times 0,41 \times (0,13 - 0,02) = 932374,1$$

Оцінимо сукупний вплив чинників на зміну чистого прибутку в звітному періоді:

$$\Delta\text{ЧП} = \Delta\text{ЧПВК} + \Delta\text{ЧПКобА} + \Delta\text{ЧПМк} + \Delta\text{ЧПРчиста} \quad (2.5)$$

$$\Delta\text{ЧП} = 277535,9 + 16386,1 - 243947,1 + 932374,1 = 982349$$

Отже, чистий дохід на підприємстві збільшився на 979 тис. грн у 2022р. році в порівнянні з минулим 2021 роком. Такі зміни відбулися за рахунок збільшення доходу – на 266 тис. грн.

Отже, провівши факторний аналіз фінансового стану досліджуваного ПрАТ «Оболонь», можна виділити, що детермінована оцінка допомагає виділити основні слабкі сторони, на які необхідно звернути увагу перш за все.

Фактори, які використовуються в аналізі, можна розділити на внутрішні фактори (фактори обсягу, обсяг продажів, собівартість).

Розглянемо зовнішні чинники змін прибутковості підприємства. До них відносять:

1. природні умови;
2. економічні умови;
3. зміна цін на ресурси та матеріали;
4. розвиток міжнародних зв'язків.

Різні фактори відіграють різну роль і мають різний вплив. Підвищення прибутковості компанії, вплив на прибуток дуже важливий для раціональності

операцій бізнесу. Тільки з їх допомогою компанії можуть отримати максимальний прибуток, але найважливішим фактором є вироблення товарів та послуг найвищої якості для задоволення споживчий попит. Тому необхідно компанії розумно керують прибутками. Для цього необхідно встановити механізми впливу на організаційно-економічні фактори фінансові показники бізнесу.

У підсумку ПРАТ "Оболонь" є прибутковим і фінансово стійким підприємством з потужним потенціалом для подальшого розвитку. Проте необхідно вжити заходів для оптимізації витрат, можливого посилення конкурентних переваг та використання відкритих ринкових майданчиків при одночасному мінімізації ризиків зовнішніх загроз.

Отже, приватне акціонерне товариство "Оболонь" є одним із провідних виробників напоїв в Україні з багаторічною історією розвитку. Компанія має чітку організаційну структуру з розподілом обов'язків між керівниками різних підрозділів для ефективного функціонування. За період 2019-2022 років спостерігалось збільшення чисельності працівників та фонду оплати праці, що свідчить про розширення діяльності підприємства.

ПРАТ "Оболонь" працює на різних споживчих ринках: пива, мінеральної води, безалкогольних напоїв, слабоалкогольних напоїв та сидру і незважаючи на певні проблеми, пов'язані з економічною кризою, девальвацією національної валюти та зниженням купівельної спроможності населення, компанія прагне утримати лідируючі позиції за рахунок впровадження інновацій та розвитку.

Асортимент продукції підприємства є досить широким і включає слабоалкогольні напої, мінеральні води, безалкогольні напої та пластикову тару. В 2020 році порівняно з 2019 роком спостерігалось зростання випуску окремих видів продукції, зокрема слабоалкогольних напоїв та мінеральної газованої води, однак за іншими позиціями виробництво скоротилося.

аналіз фінансово-економічного стану ПрАТ "Оболонь" за 2020-2022 роки розкриває як позитивні, так і негативні аспекти в діяльності компанії. Загалом, підприємство може бути оцінене як маюче задовільний фінансовий стан, але варто врахувати деякі небажані тенденції.

Серед сильних сторін можна відзначити зростання загальної вартості майна та інвестиції в модернізацію виробництва, що свідчить про стратегічне управління ресурсами та орієнтацію на майбутнє. Також позитивними моментами є зменшення кредиторської заборгованості та позитивна динаміка власного капіталу у 2021 році, що може свідчити про ефективне фінансове управління.

Однак, серед слабких сторін виділяються зростання частки залученого капіталу та старіння основних засобів, що може вказувати на потенційні проблеми з ефективністю використання ресурсів та необхідність реформування стратегій управління активами. Також варто враховувати волатильність чистого прибутку на акцію, що може створювати невпевненість серед інвесторів та ускладнювати планування фінансових показників.

З РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Розробка заходів щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ «Оболонь»

Аналіз фінансово-економічних показників ПрАТ «Оболонь» за останні роки виявив низку позитивних тенденцій, таких як зростання чистого доходу, прибутковості та рентабельності операцій. Водночас, спостерігалось збільшення деяких витрат, особливо собівартості реалізованої продукції, що може негативно відзначитися на конкурентоспроможності компанії в майбутньому. Крім того, виявлено певні недоліки в системі стимулювання персоналу, ризики невдалої диверсифікації та проблеми, пов'язані з масштабами діяльності великого підприємства.

Для забезпечення сталого розвитку та посилення ринкових позицій ПрАТ «Оболонь» необхідно розробити комплекс заходів, спрямованих на вдосконалення результативності її діяльності. Ці заходи повинні охоплювати різні аспекти функціонування підприємства, зокрема оптимізацію витрат, підвищення ефективності використання ресурсів, посилення конкурентних переваг, створення нових ринкових місць та залучення додаткових груп споживачів.

Насамперед, впровадження програми енергозбереження та ресурсоефективності є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності та стійкості ПрАТ «Оболонь». Ця ініціатива передбачає комплексну модернізацію виробничих ліній, заміну застарілого обладнання на більш енергоефективне та оптимізацію технологічних процесів.

Модернізація виробничих ліній дозволить підприємству впровадити інноваційні рішення та новітні технології, які забезпечать більш ефективно використання енергоресурсів та сировини. Це включає встановлення

високопродуктивного обладнання з низьким енергоспоживанням, автоматизацію процесів та впровадження систем моніторингу та контролю витрат ресурсів. Такі заходи не лише зменшать вплив на навколишнє середовище, але й підвищать загальну ефективність та продуктивність виробництва.

Заміна старого обладнання на більш енергоефективне є ключовим елементом програми. Сучасне обладнання, яке відповідає сучасним стандартам енергоефективності, дозволить значно знизити споживання електроенергії, газу та інших ресурсів. Це не лише принесе економію коштів на комунальні послуги, але й зменшить викиди вуглекислого газу та інших шкідливих речовин в атмосферу.

Оптимізація технологічних процесів також відіграє важливу роль у підвищенні ресурсоефективності. Шляхом ретельного аналізу та коригування виробничих процесів можна виявити та усунути вузькі місця, де відбуваються зайві витрати сировини, енергії або води. Це дозволить скоротити відходи та втрати, а також забезпечити більш раціональне використання ресурсів на кожному етапі виробництва.

Оптимізація логістичних процесів та транспортних витрат є стратегічно важливим кроком для ПрАТ "Оболонь", оскільки дозволяє ефективніше розподіляти ресурси та знижувати витрати. Першим етапом цього процесу є ретельний аналіз існуючих маршрутів доставки. Цей аналіз має виявити маршрути з надмірним пробігом, нераціональним навантаженням транспортних засобів та повторними перевезеннями, що призводять до збільшення витрат.

Далі, за результатами аналізу, будуть прийняті заходи з оптимізації логістичних ланцюгів, включаючи об'єднання маршрутів та уникнення повторних перевезень. Наприклад, це може означати пошук оптимальних точок збору та розподілу продукції, використання транспортних засобів з більшою місткістю та розробку стратегій для мінімізації часу простою автотранспорту. Очікується, що ці заходи дозволять зменшити загальний пробіг автотранспорту на 10-15%, що в свою чергу приведе до значного зниження логістичних витрат компанії.

Загалом, оптимізація логістичних процесів та транспортних витрат є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності ПрАТ "Оболонь" на ринку. Це дозволить компанії ефективніше використовувати свої ресурси, підвищувати якість обслуговування клієнтів та забезпечувати стабільність у виробничих та постачальних ланцюгах.

Наступним кроком має стати пошук можливостей для укладання більш вигідних контрактів з транспортними компаніями. Вартість послуг значною мірою залежить від обсягів перевезень, тому консолідація вантажопотоків ПрАТ "Оболонь" може стати вагомим аргументом для отримання кращих тарифів. Також доцільно розглянути варіант переходу на власний автопарк для здійснення регулярних перевезень у межах певного радіусу.

Окремим напрямком оптимізації транспортної логістики може стати впровадження системи спільної логістики з іншими підприємствами харчової галузі. Об'єднання вантажопотоків декількох компаній в одному напрямку та використання найбільш оптимальних транспортних засобів дозволить значно підвищити ефективність перевезень за рахунок кращого навантаження та скорочення пробігу порожніх автомобілів.

Розробка та впровадження ефективної системи мотивації персоналу є одним із ключових факторів підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності ПрАТ "Оболонь" на ринку. Мотивований та залучений персонал є запорукою стабільного зростання та розвитку підприємства.

Першочерговим кроком має стати перегляд існуючої системи преміювання працівників та її трансформація у гнучку та прозору модель, яка буде чітко пов'язувати розмір премій з індивідуальними показниками ефективності кожного співробітника. Це дозволить сформувати справедливу винагороду за високі результати та стимулюватиме персонал до постійного підвищення продуктивності. Важливим елементом нової системи мотивації має стати програма кар'єрного розвитку - просування на вищі посади для найбільш ефективних працівників.

Окремий напрямок - інвестиції у програми підвищення кваліфікації та розвитку персоналу. Регулярне проведення тренінгів, майстер-класів, надання можливостей для дистанційного навчання дозволить підвищити рівень професійних навичок співробітників, розширити їх компетенції та залучити нові сучасні знання. Це позитивно вплине як на продуктивність праці, так і на лояльність персоналу до компанії.

Нарешті, вагомим елементом нової системи мотивації має стати створення максимально сприятливих та комфортних умов праці для персоналу - модернізація робочих місць, покращення побутових умов, розширення пакету соціальних гарантій та компенсацій. Все це сформує позитивний імідж ПрАТ "Оболонь" як роботодавця, підвищить залученість наявних працівників та полегшить залучення нових кваліфікованих кадрів.

Зважаючи на масштаби виробництва, реалізація комплексної програми мотивації персоналу вимагатиме відчутних інвестицій з боку підприємства. Проте результатом стане помітне підвищення продуктивності праці, що позитивно позначиться на показниках прибутковості компанії у середньо- та довгостроковій перспективі.

Диверсифікація асортименту продукції є одним із ключових напрямків розвитку для ПрАТ "Оболонь" в умовах мінливих споживчих смаків та високої конкуренції на ринку пивобезалкогольної продукції. Випуск нових видів пива та безалкогольних напоїв дозволить компанії підвищити свою ринкову привабливість, розширити коло споживачів та збільшити обсяги продажів.

Перш за все, компанія має ретельно відстежувати сучасні тренди та тенденції споживання на ринку пива та безалкогольних напоїв. Зокрема, зростає популярність крафтового пива з незвичними смаковими поєднаннями, а також функціональних напоїв зі збагаченим корисними речовинами складом. Аналіз споживчих уподобань та запитів дозволить сформулювати ідеї для розробки нових перспективних продуктів, які матимуть підвищений попит.

Розширення асортименту традиційно буде супроводжуватись певними інвестиціями в модернізацію виробничих потужностей, закупівлю нового обладнання, рекламні кампанії для просування нових продуктів. Проте за умови ретельного планування та обґрунтування нових запусків, інвестиційні витрати будуть виправданими та окупляться в середньостроковій перспективі.

За попередніми припущеннями, навіть при досить скромних темпах зростання продажів нових видів продукції на рівні 2-3% від загального обсягу реалізації компанії, це дозволить забезпечити приріст чистого доходу на 150-250 млн. грн. щорічно. А враховуючи більш високу маржинальність нових продуктів, прибуток ПРАТ "Оболонь" може зрости на 50-100 млн. грн. вже в перший рік активних продажів.

Отже, диверсифікація асортименту є цілком виправданим та перспективним напрямком розвитку для пивоварної компанії. За умови правильного позиціонування та просування новинок, це дозволить ПрАТ "Оболонь" нарощувати обсяги продажів та фінансові результати в майбутньому.

Освоєння нових ринків збуту є одним із стратегічних напрямків розвитку для ПрАТ "Оболонь", адже це відкриває значні перспективи для нарощування обсягів реалізації та зміцнення ринкових позицій компанії.

На даний момент підприємство займає лідируючі позиції на ринку пивобезалкогольної продукції в Києві та Київській області. Проте величезний потенціал для зростання приховують регіональні ринки в інших областях України. Ретельний аналіз ємності цих ринків, рівня конкуренції та переваг споживачів дозволить виокремити найбільш привабливі регіони для розширення присутності.

Окремим напрямком географічної експансії для ПРАТ "Оболонь" може стати вихід на закордонні ринки. Особливо перспективними виглядають ринки країн Євросоюзу, де спостерігається стійкий попит на якісну пивну та безалкогольну продукцію. Вдала диверсифікація експортних поставок дозволить компанії

залучити додаткові грошові потоки в іноземній валюті та знизити ризики залежності від внутрішнього ринку.

За попередніми оцінками, активна експансія на регіональні ринки в Україні може забезпечити для ПрАТ "Оболонь" приріст обсягів реалізації на 10-15% щорічно в середньостроковій перспективі. А вихід на європейські ринки відкриває потенціал зростання експорту на 20-30% в рік найближчими роками. Загалом це може принести компанії додатково 500-800 млн. грн. виручки щороку.

Звісно, освоєння нових ринків збуту потребуватиме відповідних маркетингових зусиль та інвестицій в організацію логістики, створення дистриб'юторської мережі та рекламні кампанії. Проте обґрунтовані капіталовкладення в цей напрямок розвитку неодмінно окупляться завдяки зростанню доходів від реалізації продукції.

Впровадження сучасних маркетингових стратегій та інструментів цифрового маркетингу є важливим напрямком розвитку для ПрАТ "Оболонь" в епоху діджиталізації та зростаючого впливу онлайн-середовища на поведінку споживачів. Ефективне використання таких інструментів дозволить компанії підвищити впізнаваність брендів, залучити додаткових клієнтів та нарощувати обсяги продажів.

Одним із пріоритетних заходів має стати SEO-оптимізація корпоративного сайту та вебресурсів брендів компанії. Це посприятиме кращому позиціонуванню в результатах пошукових систем, збільшенню трафіку відвідувачів та конверсії в продажі. Доцільно також активно використовувати інструменти контекстної реклами в Інтернеті, щоб ефективніше охоплювати цільову аудиторію та формувати попит.

Окремим вектором має стати SMM-просування в соціальних мережах та блог-платформах. Активна присутність брендів ПрАТ "Оболонь" у Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, дозволить налагодити тісну комунікацію зі споживачами,

формувати лояльність, інформувати про нові продукти та акції. Це забезпечить додатковий потік клієнтів та допоможе розширити коло прихильників компанії.

За умови грамотного впровадження, сучасні маркетингові інструменти можуть принести відчутні результати для ПрАТ "Оболонь". Зокрема, очікується покращення ключових показників в онлайн-середовищі: зростання конверсії на сайтах на 15-25%, розширення онлайн-охоплення цільової аудиторії на 20-30%, збільшення трафіку в соцмережах на 30-50%. Це позитивно позначиться і на offline-продажах продукції компанії [29].

В грошовому еквіваленті розрахунковий ефект від реалізації комплексу заходів цифрового маркетингу може скласти до 100 млн грн додаткового річного доходу від реалізації вже на другий рік після впровадження. Це дозволить окупути інвестиції в нові маркетингові технології та забезпечити приріст прибутковості компанії.

Запропоновані заходи спрямовані на вдосконалення структури капіталу та підвищення ефективності діяльності ПрАТ "Оболонь". Аналіз структури капіталу, зокрема розрахунок фінансових показників та порівняння їх з нормативними значеннями, дозволить зрозуміти поточний стан фінансів компанії та виявити можливості для оптимізації. Оптимізація структури власного капіталу через аналіз резервів для збільшення нерозподіленого прибутку та розгляд можливості додаткової емісії акцій сприятиме підвищенню фінансової стійкості та залученню додаткових коштів для розвитку.

Оптимізація структури позикового капіталу та підвищення ефективності використання капіталу, також є важливими кроками для управління фінансовими ризиками та зниження вартості фінансування. Проведення переговорів з кредиторами щодо умов позичання та оптимізація співвідношення короткострокових та довгострокових зобов'язань допоможе забезпечити стабільність фінансових потоків. Нарешті, впровадження системи бюджетування та фінансового контролінгу сприятиме кращому управлінню фінансовими

ресурсами та мінімізації фінансових ризиків. В цілому, ці заходи допоможуть ПрАТ "Оболонь" підвищити свою конкурентоспроможність та стабільність на ринку.

ПрАТ "Оболонь" як провідна компанія харчової промисловості України повинна постійно оновлювати свої основні фонди та впроваджувати нові технології для забезпечення стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Ось кілька важливих аспектів, які слід врахувати:

Перш за все, оновлення виробничих ліній та обладнання дозволить компанії підвищити ефективність виробництва, знизити витрати та збільшити обсяги випуску продукції. Сучасне обладнання є більш енергоефективним, забезпечує кращий контроль якості та дозволяє швидше реагувати на зміни в попиті та вподобаннях споживачів. Це допоможе "Оболоні" зберегти лідируючі позиції на ринку та підвищити рентабельність виробництва.

Крім того, впровадження нових технологій є вкрай важливим для розширення асортименту продукції та виходу на нові ринки. Інвестиції в дослідження та розробки дозволять компанії створювати інноваційні продукти, які відповідають сучасним тенденціям здорового харчування та задовольняють потреби споживачів. Це може включати розробку нових смаків, використання натуральних інгредієнтів, створення функціональних напоїв тощо.

Нарешті, впровадження нових технологій також важливе для підвищення екологічної стійкості виробництва. Це може включати використання енергоефективних систем, технологій очищення води, переробки відходів та інших заходів для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Такий підхід дозволить ПрАТ "Оболонь" відповідати сучасним екологічним стандартам та очікуванням споживачів, а також зменшити витрати на ресурси та утилізацію відходів.

Зміцнення позицій ПрАТ "Оболонь" на ринку та вихід на нові перспективні сегменти є одним з ключових напрямків для забезпечення сталого розвитку та

підвищення конкурентоспроможності компанії. Впровадження заходів з оновлення основних фондів та технологій відкриває широкі можливості в цьому напрямку.

Перш за все, завдяки модернізації виробничих ліній та впровадженню інноваційних технологій, компанія зможе розширити свій асортимент та випускати нові види продукції, які відповідатимуть актуальним трендам та смакам споживачів. Це можуть бути напої з натуральними інгредієнтами, функціональні напої з додатковими корисними властивостями, нові унікальні смакові лінійки тощо. Такі інноваційні продукти дозволять ПрАТ "Оболонь" зайняти нові перспективні ніші на ринку та залучити нових споживачів.

Крім того, виробництво високоякісної продукції з використанням новітніх технологій відкриє для компанії шлях до виходу на нові географічні ринки, як в межах України, так і за кордоном. Бездоганна якість, відповідність міжнародним стандартам та екологічність виробництва забезпечать довіру споживачів та партнерів у різних регіонах світу. Це дозволить ПрАТ "Оболонь" диверсифікувати свій бізнес, знизити залежність від внутрішнього ринку та збільшити обсяги експорту.

Нарешті, зміцнення ринкових позицій також буде досягатися за рахунок підвищення лояльності існуючих споживачів. Покращена якість продукції, нові смаки, сучасний брендинг та відповідність екологічним тенденціям сформують позитивний імідж компанії та зміцнять довіру до бренду ПрАТ "Оболонь". Це забезпечить стійкий попит та високу конкурентоспроможність компанії на внутрішньому ринку.

Розширення виробничих потужностей шляхом модернізації та збільшення кількості виробничих ліній є важливим кроком для ПрАТ "Оболонь" з метою нарощування обсягів випуску продукції та задоволення зростаючого попиту на ринку.

Аналіз ринкової ситуації та прогнози попиту демонструють, що в найближчі роки очікується значне зростання споживання напоїв, особливо в сегментах натуральних, функціональних та інноваційних продуктів. Досягнення "Оболоні" в розширенні асортименту та виході на нові ринки створюють передумови для стрімкого збільшення обсягів реалізації – за оцінками експертів, на 15-20% щорічно. Проте, існуючі виробничі потужності компанії можуть виявитися недостатніми для повного задоволення зростаючого попиту.

Саме тому розширення виробництва шляхом модернізації діючих та введення в експлуатацію нових високотехнологічних виробничих ліній є необхідним кроком. Це дозволить збільшити загальні потужності з випуску продукції, забезпечить необхідні обсяги виробництва для покриття зростаючого попиту як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Нове обладнання також буде більш енергоефективним, гнучким та екологічним, що відповідає сучасним тенденціям сталого розвитку.

Крім того, розширення виробництва створить додаткові робочі місця, сприятиме економічному розвитку регіонів присутності компанії та посилить експортний потенціал України. Проте, для реалізації таких масштабних планів знадобляться значні інвестиції в будівництво та облаштування нових виробничих площ, закупівлю устаткування тощо. Втім, враховуючи високі темпи зростання попиту, такі капіталовкладення мають окупитися протягом 5-7 років і забезпечити сталий розвиток ПрАТ "Оболонь" в середньо- та довгостроковій перспективі.

Впровадження системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів ISO 9001 та НАССР є стратегічним виробничим кроком для ПрАТ "Оболонь" з метою підвищення конкурентоспроможності та виходу на нові ринки збуту. Сертифікація за стандартом ISO 9001 дозволяє компанії створити ефективну систему менеджменту якості, яка охоплює всі процеси від закупівлі сировини до реалізації готової продукції. Це сприятиме підвищенню якості виробництва, мінімізації браку та витрат.

Впровадження системи HACCP забезпечує ретельний контроль за безпечністю харчових продуктів на всіх етапах виробничого процесу, а також дозволяє ідентифікувати та запобігти можливим ризикам, пов'язаним з харчовою безпекою. Дотримання вимог ISO 9001 та HACCP є обов'язковою умовою для реалізації харчових продуктів на міжнародних ринках, що відкриває нові можливості для експорту продукції ПрАТ «Оболонь».

Представлено виявлений економічний ефект від впровадження системи ISO 9001 та HACCP щодо збільшення обсягів реалізації продукції ПрАТ «Оболонь» на внутрішніх та зовнішніх ринках. Розглянуто три сценарії: песимістичний, реалістичний та оптимістичний. Базовий обсяг продажів на внутрішньому ринку взято на рівні 6500 млн. грн., на експортному - 200 млн. грн.

За песимістичним сценарієм передбачається збільшення продажів на внутрішньому ринку на 3%, а на експортному ринку – на 10%. Реалістичний сценарій - зростання на 6% у центрі країни та на 20% на експортних ринках. Оптимістичний сценарій прогнозує збільшення обсягів реалізації на 10% на внутрішньому ринку та на 30% на зовнішніх ринках. Ці дані ілюструють показові значні економічні вигоди для ПрАТ "Оболонь" від впровадження міжнародних стандартів якості.

Проблема підвищення ефективності збутової діяльності є однією з найважливіших для підприємств. На сучасному етапі економічного розвитку ця проблема стає особливо актуальною через зростання дефіциту сировинних ресурсів, посилення конкуренції, глобалізацію бізнесу та збільшення підприємницьких ризиків.

Аналіз показників діяльності ПрАТ «Оболонь» у 2019 році показав, що, хоча продажі продукції підприємства зростали, на складах накопичувалися значні запаси готової продукції. Це вказує на неефективність існуючих каналів розподілу на підприємстві. Враховуючи показники продажів і прибутків за цей рік, ПрАТ «Оболонь» потребує вдосконалення управління збутовою діяльністю.

З метою покращення управління збутовою діяльністю, пропонуємо наступні заходи, які можуть зміцнити позиції ПрАТ «Оболонь»:

1.реорганізація відділу збуту;
2.проведення більш глибокого аналізу постачальників для визначення пріоритетів;

3.відкриття фірмового магазину;

4.модернізація корпоративного сайту;

Функції відділу збуту будуть виконуватися відділом збуту, який включатиме в себе керівника збуту, що об'єднує обов'язки маркетолога, менеджера зі зв'язків з громадськістю, рекламного агента, менеджера з продажів та експерта з дослідження ринку (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Реорганізація відділу збуту підприємства ПрАТ «Оболонь»

Таким чином, пропонується розширити обов'язки рекламного менеджера через те, що ПрАТ "Оболонь" не є комерційною компанією, і тому реклама не має

бути на першому місці. Незважаючи на це, вона також має важливе значення, але в першу чергу слід сформулювати позитивне ставлення громадськості до компанії, створити позитивний імідж та відомий бренд підприємства.

Обов'язки менеджера з продажу залишаються незмінними, включаючи здійснення продажів (організацію продажів продукції, оперативне обслуговування клієнтів, консультування з питань продукту, пошук нових клієнтів, контроль дебіторської заборгованості, підготовку комерційних пропозицій, підписання договорів, підготовку замовлень та доставки, збір платежів за необхідності).

Серед відповідальностей керівника відділу збуту будуть такі завдання та обов'язки:

1. Розробка планів і складання звітів;
2. Виконання поставлених цілей та завдань;
3. Керівництво персоналом відділу;
4. Взаємодія з клієнтами;
5. Робота з продукцією.

Основна мета цієї реорганізації полягає в удосконаленні стратегії продажів компанії.

Фірмові магазини зазвичай служать для продажу продукції самого підприємства й є складовою частиною його системи збуту. На сьогоднішній день у сфері фірмових магазинів популярні два підходи: магазини, які знаходяться безпосередньо на території підприємств, та магазини, де продаються продукти підприємства за зниженими цінами.

Основні переваги фірмового магазину включають:

1. Наявність повного асортименту від виробника;
2. Можливості розширення маркетингових досліджень для вивчення попиту населення;
3. Здатність привертати споживачів за якістю та ціною;

4. Створення сприятливих умов для оперативної реакції на зміни у потребах цільових сегментів ринку, оновлення та розширення асортименту товарів, а також розробку та впровадження новинок.

Отже, для підвищення ефективності збутової діяльності можна провести реорганізацію відділу збуту для активізації процесів продажів, розширити торговельну мережу шляхом створення власного магазину та брати участь у виставкових заходах. Для отримання інформації про ринок, рівень цін та стимулювання збуту можна затвердити посаду експерта з дослідження ринку. Ці напрямки сприятимуть покращенню збутової діяльності підприємства, зміцненню його позицій на ринку і збільшенню виробничого та збутового потенціалу.

3.2 Економічний ефект від впровадження запропонованих заходів

У сучасних умовах ринкової економіки оптимізація управління є важливим аспектом для успішної діяльності будь-якого підприємства, включаючи ПрАТ "Оболонь". Підвищення ефективності управління стає ключовим фактором не лише для виробництва та бізнесу, але й для державних та адміністративних структур.

Ефективним управлінням вважається той процес, коли організація може діяти ефективно як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Це досягається за допомогою створення команди, в якій кожен член доповнює один одного, де панує взаємна довіра, повага і розуміння. Інтеграція, яка означає об'єднання, узгодження, взаємопроникнення і досягнення взаємозалежності частин системи, допомагає досягнути цього.

Таким чином, розглядаючи проекти, які можуть бути витратними, варто надати перевагу тим, що матимуть позитивний вплив на збутову діяльність вивченого підприємства.

Створення фірмового магазину для будь-якої компанії є серйозним кроком, що потребує докладної проробки. За думкою фахівців, частка продажів через власну роздрібну мережу зазвичай невелика і зазвичай становить 10-15% від загального обсягу реалізації. Часто управління фірмовими торговими точками не приносить прямої користі, але допомагає в продвиженні бренду на ринку.

Фірмовий магазин стає площею для рекламної інформації, медійним простором, оскільки існує велика потреба в просуванні брендів у компаній сьогодні. Це пояснюється тим, що в умовах сучасного ринку важко виділити свою продукцію серед інших.

Так, корпоративний магазин ПрАТ "Оболонь" може відрізнитися високою якістю серед роздрібних мереж, які продають його товар, за декількома параметрами:

1. Асортимент - асортимент, який представлений в торгових точках, обмежений, оскільки вони закупають лише "перевірені" позиції, які точно реалізуються, і уникають придбання новинок, оскільки не переконані у їх окупності. У фірмовому магазині можуть бути представлені всі позиції продукції, можна також випускати новинки і відслідковувати реакцію покупців на них, з'ясовувати, чи існує попит на них, й таким чином регулювати асортимент відповідно до смаків споживачів.

2. Ціна - при купівлі продукції оптом у дистриб'ютора, магазин додає свій власний процент на утримання магазину та власну націнку, для того щоб отримати прибуток від продажу товару. Власна ціна продукції в магазині є значно нижчою, оскільки відсутні ці додаткові націнки.

3. В додатковому асортименті - такі товари як келихи, пивні журнали, можуть бути недостатньо представлені або навіть відсутні в інтернет-магазинах. У своєму фірмовому магазині для додаткових товарів буде окремий стелаж, на якому вони матимуть своє виділене місце відповідно до сортів або подій.

4. Акції та події – в мережевих магазинах проводяться нечасто, і зазвичай

обмежуються знижками або особливими цінами на деякі групи товарів. У фірмовому магазині кожна акція – це видовищне і продуманий захід, що має на меті залучити якомога більше клієнтів.

Концепція фірмового магазину ПрАТ «Оболонь» покликана змінити думку покупця про продукт, донести інформацію про традиції пивоваріння, прищепити новокультуру сприйняття пива як напою зі своєю унікальною багатою історією і показати різноманітність видів та смаків напою.

Цей проект має на меті досягнення наступних цілей:

1. Отримання більшого прибутку;
2. Розширення мережі фірмової торгівлі;
3. Забезпечення споживачів високоякісними продуктами;
4. Розширення асортименту на ринку та створення нових робочих місць,
5. Збільшення потоку клієнтів та впізнаваності бренду;

На нашу думку, магазин може використати власне приміщення, розташоване на території заводу, загальною площею 60 квадратних метрів.

Для роботи магазину планується задіяти двох продавців, які будуть працювати позмінно, через два дні. Також в магазин планується купівля торгових полиць та додаткового обладнання (холодильників та іншої продукції), на стінах планується розмістити рекламні плакати своєї продукції, при вході у магазин зробити вивіску з логотипом підприємства ПрАТ «Оболонь», та зробити надпис з графіком роботи магазину.

Бюджет даного проекту буде складатись із поточних (експлуатаційних) та одноразових (капітальних) витрат. Поточні витрати будуть складатись із: оплати праці продавців, амортизаційних відрахувань від вартості торговельного обладнання, витрат електроенергії, яка необхідна для роботи магазину.

В магазині будуть працювати 2 продавці. Їхня заробітна плата складає 15000,0 грн. на місяць.

Отже, річні витрати на заробітну плату складатимуть:

$$15000,0 \times 2 \times 12 = 360000,0 \text{ грн.}$$

Нарахування на соціальні потреби:

$$(360000,0 \times 22) / 100 = 79200,0 \text{ грн.}$$

Витрати електроенергії, що споживаються торгівельним обладнанням за рік їхньої експлуатації складуть:

$$0,646 \times 12 \times 250 \times 4,32 = 8372,16 \text{ грн.}$$

де 0,646 – середнє споживання електроенергії обладнання магазину, кВт;

12 – кількість годин роботи на добу, год.;

250 – кількість діб роботи за рік, діб;

4,32 – тариф за 1 кВт*год спожитої електроенергії, грн.

Перед відкриттям необхідно закупити комерційне обладнання, виготовити зовнішню рекламу та плакати. Також важливо розрахувати витрати на транспортування, враховуючи певний відсоток від вартості обладнання та витрат на встановлення елементів рекламних матеріалів (логотипи та вивіски).

Вартість транспортування візьмемо на рівні 7% :

$$25000 \times 0,07 = 1700 \text{ грн.}$$

де 25000 – це вартість торгового обладнання.

Вартість встановлення зафіксуємо на рівні 4% :

$$25000 \times 0,04 = 1000 \text{ грн.}$$

Отже, повна початкова вартість обладнання становитиме:

$$K = 25000 + 1700 + 1000 = 27700 \text{ грн.}$$

Амортизація торгових обладнання складатиме:

$$27700 \times 21,925 / 100 = 6073,23 \text{ грн,}$$

де 27700 – початкова вартість необхідного обладнання, грн;

21,925 – річна норма амортизаційних відрахувань, %.

Амортизація вивіски складе: $10125 \times 10 / 100 = 1012,5 \text{ грн.}$

Розглянемо усі витрати у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Витрати на відкриття фірмового магазину ПрАТ «Оболонь»

Витрати	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
Ремонт приміщення, кв. м	60	1500,0	90000,0
Заробітна плата	2	15000,0	360000,0
Нарахування на соціальні заходи	2	15000,0	30000,0
Торговельне обладнання	1	25000,0	25000,0
Транспортні витрати	1	1700,0	1700,0
Витрати на встановлення	1	1000,0	1000,0
Амортизаційні відрахування, %	21,925	27700,0	6073,23
Витрати на електроенергію, кВт/год	1	8372,16	8372,16
Вивіска	1	10125,0	11137,5
Рекламні плакати, шт.	3	215,0	645,0
ВСЬОГО			533927,89

Отже, із таблиці 3.2 видно, що для впровадження даного заходу, а саме відкриття фірмового магазину необхідно 533927,89 грн. З них 533927,89 грн є поточними ($90000 + 36000 + 30000 + 6073,23 + 8372,16 + 11137,5 + 645$), а 27700 тис. грн. – капітальними ($25000 + 1700 + 1000$).

Після впровадження проекту «Відкриття фірмового магазину»

ПрАТ «Оболонь» очікує позитивного результату, тобто збільшення обсягів збуту своєї продукції.

Наступним проектом є участь у виставці. Виходячи зі складеного плану, розрахуємо бюджет виставкової діяльності ПрАТ «Оболонь»:

1. Оренда виставкових площ.

1.1 Реєстраційний внесок – 3550 грн. (Сюди входять коротка інформація про фірму в каталозі і на сайті, рекламна кампанія в ЗМІ);

1.2 Оренда стенду - 6 кв. м. $\times$ 4000 = 24000 грн;

1.3 Націнка за розміщення стенду + 15% - 27600 грн.

2. Рекламні матеріали:

2.1 Буклет про компанію – 15000 шт.

2.2 Основний прайс – 22000 шт.;

2.3 Каталог основної продукції – 1100 шт.

2.4 Рекламні буклети продукції, обсяг яких необхідно збільшити - 17000 шт.

3. Візитні картки:

3.1 Візитка компанії - 11000 шт.

3.2 Особиста візитка співробітника відділу збуту - 1100 шт.

4. Подарункові набори (набір містить ручку, блокнот, каталог, пакет з логотипом компанії):

4.1 Ручки – 150 шт.

4.2 Блокноти – 150 шт.

4.3 Каталог – 150 шт.

4.4 Пакет – 150 шт.

Після участь у виставці, відділ маркетингу ПрАТ "Оболонь" проводить аналіз ефективності виставкової діяльності.

Це робиться за допомогою комплексного показника окупності інвестицій, який враховує витрати на встановлення контактів.

Цей показник розраховується шляхом поділу загальної суми інвестицій на кількість встановлених контактів. У ці витрати входить вартість трьох днів проживання в готелі: на тримісний "стандарт" – 1500,0 грн за добу $\times$ 3 = 4500,0 грн, а також витрати на транспорт - 1000 грн. Загалом витрати на участь у виставці складають 33050,0 грн. (3550 + 24000 + 4500 + 1000).

Згідно зі звітом відділу маркетингу, під час минулої виставки було встановлено загалом 240 контактів.

Дні роботи на виставці оплачуються як робочі дні, згідно з трудовим договором.

Розрахуємо додаткові виплати за роботу на виставці співробітників ПрАТ «Оболонь» в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Розрахунок додаткових виплат за роботу на виставці працівників ПрАТ «Оболонь»

Посада	Оклад	Сума за 1 робочий день	Сума за 3 дні роботи на виставці
Генеральний директор	20000,0	1000,0	3000,0
Комерційний директор	15000,0	700,0	2100,0
Начальник відділу збуту та маркетингу	18000,0	850,0	2550,0
Менеджер відділу збуту та маркетингу	13000,0	550,0	1650,0
Менеджер відділу збуту та маркетингу	13000,0	550,0	1650,0
Економіст	20000,0	1000,0	3000,0
Консультант технічних проектів	11000,0	450,0	1350,0
ВСЬОГО	110000,0	5100,0	15300,0

Отже, витрати на встановлення контактів становлять: 33050,0 грн / 240 контактів = 137,7 грн / контакт.

1. Витрати на враження. Цей показник розраховується як відношення загального обсягу інвестицій до сумарної кількості відвідувачів стенду. Зазначена кількість розраховується шляхом підрахунку кількості людей, які відвідали презентацію, зареєструвалися для конкурсу і т. д. За даними відділу маркетингу, загальна кількість відвідувачів стенду склало 320 чоловік. Звідси, витрати на враження складають: 33050,0 грн / 320 людина = 103,28 грн / людини.

2. Відсоток успішних контактів, які призвели до придбання товару. Такий показник обчислюється шляхом поділу кількості продажів на загальну кількість встановлених контактів.

3. Відсоток зацікавлених відвідувачів: відношення загальної кількості контактів до загальної кількості відвідувачів виставки. Згідно з відомостями відділу маркетингу, торік на виставці було встановлено 2568 контакти. Тому відсоток зацікавлених відвідувачів складатиме $(2568 / 19800) \times 100 = 12,9\%$.

Згідно зі статистикою, загальна кількість відвідувачів виставки в 2021 р складо 19800 чоловік. Звідси, $(240 \text{ чол.} / 19800 \text{ чол.}) \times 100 = 1,2\%$.

Припустимо, що завдяки виставці економічний ефект буде становити:

$$\frac{\frac{\text{ЧД} \times 0,01}{15300}}{\frac{8649174,0 \times 0,01}{15300}} = 5,65\%$$

Як видно, участь ПрАТ «Оболонь» у виставках є ефективним і потужним інструментом для стимулювання продажів. Отже, з огляду на вищезазначене, можна зазначити, що витрати ПрАТ «Оболонь» є досить доступними та невеликими порівняно з отриманими користями компанією в майбутньому.

Обґрунтувавши основні напрямки удосконалення планування продажів діяльності можна зробити наступні висновки:

Запропоновані напрямки допоможуть покращити збутову діяльність підприємств, а також зміцнять ринкові позиції пивної продукції та збільшать виробничо-збутовий потенціал.

Відкриття фірмових магазинів сприятиме збільшенню кількості споживачів продукції, тим самим збільшиться дохід, прибуток і рентабельність діяльності ПрАТ «Оболонь». У рамках розрахунку очікуваних результатів та показників економічної вигоди від впроваджених заходів визначається мотивація для

підприємства збільшити зростання прибутку та рентабельності завдяки цьому заходу.

Тому запропоновані заходи щодо розвитку ПрАТ «Оболонь» допоможуть збільшити кількість споживачів і збільшити потенціал продажів, таким чином збільшуючи дохід, прибуток і прибутковість заходу.

ВИСНОВКИ

1. Поняття та сутність результативності діяльності детально розглянуто в першому підрозділі теоретичного розділу. Результативність діяльності визначено як здатність підприємства досягати поставлених цілей та отримувати максимально можливий результат від використання наявних ресурсів. Підкреслено важливість результативності як інтегрального показника ефективного функціонування підприємства в ринковому середовищі.

2. Проаналізовано широкий спектр внутрішніх та зовнішніх факторів, що безпосередньо впливають на результативність діяльності. До внутрішніх факторів віднесено організаційну структуру, рівень менеджменту, кваліфікацію персоналу, техніко-технологічний рівень виробництва тощо. Серед зовнішніх факторів розглянуто стан економіки, рівень конкуренції, законодавчу базу, попит на продукцію та інші.

3. Детально описано систему показників результативності, які характеризують різні аспекти діяльності: фінансові результати, ефективність використання ресурсів, якість продукції та ін. Наголошено на необхідності комплексного підходу до оцінювання з урахуванням специфіки галузі та пріоритетних цілей підприємства.

4. У другому розділі бакалаврської дипломної роботи проведено ґрунтовний аналіз результативності діяльності ПрАТ "Оболонь". Спочатку надано загальну інформацію про підприємство: визначено основні види його діяльності, виробничі потужності, асортимент продукції, ринки збуту тощо. Це дозволило сформулювати цілісне уявлення про досліджуваний суб'єкт господарювання.

5. Наступним кроком став детальний аналіз фінансово-економічного стану підприємства за останні кілька років. Розглянуто динаміку основних фінансових показників: обсягів реалізації, витрат, прибутку, рентабельності тощо. Проаналізовано ефективність використання трудових, матеріальних та інших

ресурсів. Визначено сильні та слабкі сторони діяльності ПрАТ "Оболонь", виявлено проблемні аспекти.

6. Окремо приділено увагу безпосередньому аналізу показників результативності діяльності підприємства. Розраховано та оцінено ключові індикатори результативності за різними напрямками: виробничим, маркетинговим, інноваційним, управлінським та іншими. Їх значення порівняно з цільовими орієнтирами та середньогалузовими даними. Виявлено резерви для підвищення результативності на основі усунення "вузьких місць".

7. Розроблено комплекс заходів, спрямованих на підвищення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь". Зокрема, запропоновано вдосконалити систему мотивації персоналу шляхом впровадження ефективної системи преміювання та нематеріальних стимулів. Рекомендовано оптимізувати виробничі процеси за допомогою технічного переоснащення та впровадження ресурсоощадних технологій.

8. Для покращення збутової діяльності пропонується ряд заходів, які допоможуть зміцнити позиції ПрАТ «Оболонь»: перепланування відділу збуту; більш глибокий аналіз постачальників для визначення пріоритетів; відкриття фірмового магазину; проведення виставкових заходів. Розрахунки показали, що запровадження запропонованого заходу, а саме відкриття фірмового магазину, сприятиме збільшенню клієнтської бази підприємства та, відповідно, зростанню прибутку, доходу та рентабельності діяльності. Попередні розрахунки показали, що цей крок дозволить підприємству поліпшити динаміку зростання прибутку та рентабельності.

Таким чином, в бакалаврській дипломній роботі наведено обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь" та оцінено їх потенційний позитивний ефект. Упровадження розроблених рекомендацій сприятиме ефективному розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Яремко І. Й. Рябкова О. В. Лемішевська О. С. Розвиток систем моніторингу економічних показників результативності підприємства: монографія. Львів: Західна аудиторська група. 2021. 159 с. (дата звернення 21.05.24).
2. Можар В. О. Виробництво продукції підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2022. № 1(2). С. 65-67 (дата звернення 21.05.24).
3. М'ячин В. Г. Наукові засади формування інноваційного розвитку промислових підприємств: теорія. методологія. практика: монографія. Дніпро : ДВНЗ УДХТУ. 2021. 352 с. (дата звернення 22.05.24).
4. Пилипенко А. А., Фартушняк О. В. Пасічник І. Ю. Конкурентоспроможність продукції промислового підприємства: організація управління та маркетингове забезпечення : монографія. Харків: Лібуркіна Л. М.. 2021. 275 с. (дата звернення 22.05.24).
5. Бражник Л. В. Фінансові ресурси підприємства: їх формування та використання. Економіка та суспільство. 2020. № 14. С. 778–783. (дата звернення 23.05.24).
5. Готра В.В., Ріпич В.В., Дячок А.В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення. Економіка і суспільство. 2020. № 8. С. 219–223. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/38.pdf (дата звернення 25.05.24).
6. Денисенко М. П. Заходи покращення фінансового стану підприємства у сучасних умовах господарювання. Економіка і держава. 2020. № 12. С. 61–65. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.61> (дата звернення 25.05.24).
7. Ковтуненко Ю.В. Методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства. Економіка. Фінанси. Право, 2019. № 8/2. С. 40–41. URL: <http://dspace.opu.ua/jsui/handle/123456789/2588> (дата звернення 25.05.24).

8. Фінансовий аналіз: навч. посібник / уклад.: Н.Л. Марусяк. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с. (дата звернення 25.05.24).
9. Панасюк Б.М., Шулик Ю.В. Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства. Науковий блог. 2021. № 3. С. 141–148. URL: <https://bit.ly/3CXL4Jh> (дата звернення 25.05.24).
10. Попович Д.В., Алимов О.С. Дослідження ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств та засоби її підвищення у сучасних умовах. Приазовський економічний вісник. 2022. № 1. С. 31–35. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/8.pdf (дата звернення 25.05.24).
11. Чемчикаленко Р.А., Сукрушева Г.О., Ткаченко А.Ю. Теоретичні основи управління фінансовим станом підприємства. Інфраструктура ринку. 2022. Випуск 27. С. 350–354. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/27_2022_ukr/56.pdf (дата звернення 25.05.24).
12. Дуб'янська Ю.С., Овсюк Н.В. Features Of Accounting Of The Income Of The Enterprise. Актуальні проблеми і тенденції розвитку бухгалтерського обліку та аудиту: матеріали міжнар. наук.-практ. он-лайн конф., м. Київ, 15 квіт. 2021 р., Київ. НАУ, 2021. С. 26-27. (дата звернення 25.05.24).
13. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Х.: Фактор, 2023. 784 с. (дата звернення 25.05.24).
14. Кутковецький В. Я. Програмування прибутку в задачах дослідження операцій: монографія. Миколаїв: Миколаїв. держ. гуманіт. ун-т ім. П. Могили комплексу «Києво-Могилян. акад.», 2023. 204 с. (дата звернення 25.05.24).
15. Лебедзевич Я.В. Вплив облікової політики підприємства на доходи та результати діяльності. Вісник. ЖДТУ. 2021. № 15. С. 155-162. (дата звернення 26.05.24).
16. Лебедзевич Я. В. Облікова політика як інструмент оптимізації оподаткування прибутку та узгодження економічних інтересів. Вісник Житомир.

держ. технол. університету. Сер. Економічні науки. 2022. № 2 (60). С. 218 – 223. (дата звернення 26.05.24).

17. Лебедзевич Я. В. Сутність бухгалтерського прибутку як бази оподаткування в умовах інституційних змін. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2022. № 1 (22). С. 206-216. (дата звернення 26.05.24).

18. Левицька О. Відображення результатів діяльності у формах фінансової звітності підприємства. Зб. наук. праць Тернопільського нац. екон. ун-ту. Економічний аналіз. 2010. Вип. 6. С. 437-440. (дата звернення 26.05.24).

19. Ліхоносова Г.С., Лазебна І.Р. Організаційні засади обліку та аудиту фінансових результатів підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2021. Вип. 25. Ч. 1. С. 144-148. (дата звернення 27.05.24).

20. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів. К.: Вища шк. 2023. 278 с. (дата звернення 27.05.24).

21. Ринок пива в Україні. Тенденції розвитку. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-v-ukraine-tendencii-razvitiya-i-factoryvojny> (дата звернення 28.05.24).

22. Обсяги виробництва пива за 12 місяців 2021. URL: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2021/> (дата звернення 28.05.24).

23. Обсяги виробництва пива за 12 місяців 2022. URL: <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-za-12-misyatsiv-2022/> (дата звернення 28.05.24).

24. Розвиток ринку пива. URL: <https://www.theiwsr.com/news-commentarchives/> (дата звернення 28.05.24).

25. Список пивоварень України. URL: <https://pivnoe-delo.info/ubrew/> (дата звернення 28.05.24).

26. Ринок пива в Україні. Чи справді прийшла крафтова революція? URL: <https://ain.business/2021/12/13/beer-in-ukraine> (дата звернення 28.05.24).

27. Обсяг українського експорту в лютому 2023 року зріс на 15,3%. URL: <https://gmk.center/ua/news/obsyag-ukrainskogo-eksportu-v-ljutomu-2023-rokuzris-na-15-3-m-m/> (дата звернення 25.05.24).

28. Вісник корпорації «Оболонь» 2022р. URL: <https://issuu.com/obolon/docs/> 2022 (дата звернення 28.05.24).

29. Безсмертний С. Ю. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства. Вісн. НУ “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2023. № 714. С. 174–179. (дата звернення 28.05.24).

30. Сайт ПрАТ «Оболонь URL: <https://obolon.ua/ua/about/shareholders> (дата звернення 29.05.24).

31. Фінансова звітність ПрАТ «Оболонь» URL: https://obolon.ua/files/financial_report_2022.pdf (дата звернення 30.05.24).

32. Рентабельність – що це, формули, як розрахувати і підвищити. URL: <https://flesh.com.ua/rentabelnist-shho-ce-formuli-yak-rozrachuvati-ipidvishhiti/?history=0&pfid=1&sample=1019&ref=2> (дата звернення 30.05.2024).

33. Бондаренко С. М., Лісовський М. Ю. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – УНІКАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 15. Ч 1. (дата звернення 31.05.2024).

34. Оборотність та товарообіг. Аналіз ефективності роботи магазину. URL: <https://planohero.com/uk/blog/inventoryturnover/???history=0&pfid=1&sample=1010&ref=0> (дата звернення 31.05.2024).

35. Тур. О. В. РИНОК МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ В УКРАЇНІ: ВИРОБНИЦТВО ТА СПОЖИВАННЯ. ЕКОНОМІЧНА НАУКА. 2013. Вип. 8. (дата звернення 31.05.2024).

36. Глібчук В. М. ОБГРУНТУВАННЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ. Науковий вісник ІФНТУНГ. 2021. Вип. 1. (дата звернення 31.05.2024).

37. Планування фонду оплати праці. URL: https://pidru4niki.com/86731/finansi/planuvannya_fondu_oplati_pratsi???history=0&pfid=1&sample=989&ref=0 (дата звернення 31.05.2024).

38. Кобилецький В. Р. Коефіцієнт рентабельності активів (Коефіцієнт рентабельності пасивів). Онлайн-журнал «Financial Analysis online». URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/337-pokaznik-rentabelnosti-aktiviv-pokaznik-rentabelnosti-pasiviv???history=0&pfid=1&sample=985&ref=0> (дата звернення: 01.06.2024).

39. Полегенька М. А. ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ "ЕФЕКТИВНІСТЬ". АГРОСВІТ. 2019. Вип.10. (дата звернення 01.06.2024).

40. Фінансовий аналіз: основні види та коефіцієнти. URL: <https://finacademy.net/ua/materials/article/finansovij-analiz-osnovni-vidi-ta-koeficiyenti???history=0&pfid=1&sample=979&ref=0> (дата звернення 01.06.2024).

41. Фінансові коефіцієнти. URL: \

42. Чубірка Г. І. МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА У РИНКОВИХ УМОВАХ. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2019. Вип. 2. (дата звернення 02.01.2024).

43. Філіна Г. І. фінансова діяльність суб'єктів господарювання. МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ. 2019. Вип. 11. (дата звернення 02.06.2024).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А
(обов'язковий)
Протокол перевірки бакалаврської дипломної роботи
на наявність текстових запозичень

Назва роботи: «Підвищення результативності діяльності підприємства (на прикладі приватного акціонерного товариства «ОБОЛОНЬ»)
Тип роботи: бакалаврська дипломна робота
Підрозділ: кафедра ММЕ, факультет МІБ
(кафедра, факультет)

Показники звіту подібності Unichек

Оригінальність 83,5 Схожість 16,5

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне)

- ☐ Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.
☐ Виявлені у роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і відсутності самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання.
☐ Виявлені у роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату та/або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень.

Особа, відповідальна за перевірку

[підпис]
(підпис)

Карачина Н.П.
(прізвище, ініціали)

Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unichек щодо роботи.

Автор роботи

[підпис]
(підпис)

Шевцова Д. В.
(прізвище, ініціали)
Вітюк А.В.
(прізвище, ініціали)

Керівник роботи

ДОДАТОК Б
(обов'язковий)

Фінансова звітність підприємства ПрАТ «Оболонь»
за 2020-2022 роки

Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) на
31.12.2020 р. Форма №1-к

Код за ДКУД			1801007
Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	6026	4686
первісна вартість	1001	43963	43969
накопичена амортизація	1002	(37937)	(39283)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	18141	11272
Основні засоби	1010	4611402	4352291
первісна вартість	1011	12003847	12080275
Знос	1012	(7392445)	(7727984)
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	57581	18542
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	14	14
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	0	0
Усього за розділом I	1095	4693164	4386805

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	753270	1015849
Виробничі запаси	1101	559903	824163
Незавершене виробництво	1102	67739	73543
Готова продукція	1103	72341	84609
Товари	1104	53287	33534
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	260966	272112
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
За виданими авансами	1130	44300	101840
З бюджетом	1135	51330	69326
Утому числі з податку на прибуток	1136	4813	4233
З нарахованих доходів	1140	0	0
Із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	18911	20095
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	16228	17048
Готівка	1166	0	0
Рахунки банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
утому 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	18927	5983
Усього за розділом II	1195	1163932	1502253
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5857096	5889058

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	73144	73144
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капіталу до оцінках	1405	2603868	2445387
Додатковий капітал	1410	1916	1198
Емісійний дохід	1411	8353	8353
Накопичені різниці	1412	-6 437	-7 155
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-329 248	167847
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13580)	(13580)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2336100	2673996
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	426702	410551
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	180402	609731
Інші довгострокові зобов'язання	1515	260062	0
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
Утому числі:			
Резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
Резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
Резервне зароблених 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	867166	1020282
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	255933	394848
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
Довгостроковими зобов'язаннями	1610	1139546	661136
товари, роботи, послуги	1615	909794	709905
Розрахунками з бюджетом	1620	104445	102148
Утому числі з податку на прибуток	1621	164	414
Розрахунками зі страхування	1625	6382	4980
Розрахунками з оплати праці	1630	57270	80097
Одержаними авансами	1635	120483	183041
Розрахунками з учасниками	1640	1876	1876
Із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	13639	33497
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	44462	23252
Усього за розділом III	1695	2653830	2194780
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5857096	5889058

Керівник

Булах І.В.

Головний бухгалтер

Бахов І.І.

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2020 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	5549706	5466148
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	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	(4070109)	(4277833)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:	2090	1479597	1188315
Прибуток			
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	74094	50572
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	(361150)	(337100)
Витрати на збут	2150	(719636)	(661989)

Інші операційні витрати	2180	(6593)	(20110)
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
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	466312	219688
прибуток			
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	39058
Інші фінансові доходи	2220	338280	280
Інші доходи	2240	15776	-1 418
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(255444)	(329215)
Втрати від участі в капіталі	2255	(1618)	(0)
Інші витрати	2270	(238394)	(-216198)
Прибуток(збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	324912	144591
прибуток			
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати(дохід) з податку на прибуток	2300	13702	113042
Прибуток(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	338614	257633
прибуток			
збиток	2355	(0)	(0)

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	-718	-4 082
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0

Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-718	-4 082
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(0)	(0)
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-718	-4 082
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	337896	253551
Чистий прибуток (збиток), що належить: власникам материнської компанії	2470	0	0
неконтрольованій частці	2475	0	0
Сукупний дохід, що належить: 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	2993302	3157057
Витрати на оплату праці	2505	705528	626692
Відрахування на соціальні заходи	2510	149141	132414
Амортизація	2515	399564	422999
Інші операційні витрати	2520	1204645	1159110
Разом	2550	5452180	5498272

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	1,041500	0,792400
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	1,041500	0,792400
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Керівник

Булах І.В.

Консолідований баланс(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2022 р.

Форма №1-к

Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 245	3 523
первісна вартість	1001	44 059	44 066
накопичена амортизація	1002	(39814)	(40543)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	63 759	109875
Основні засоби	1010	4 067871	3 814672
первісна вартість	1011	12 043666	12 120790
знос	1012	(7975795)	(8306118)
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	18 747	18 773
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	4 154636	3 946857

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 040 911	1 134 000
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 перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	417 089	580 193
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
завіданими авансами	1130	52 838	157 790
з бюджетом	1135	72 919	64 943
у тому числі з податку на прибуток	1136	3 350	0
з нарахований доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	13 978	9 311
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	29 122	152 794
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:			
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	11 950	9 308
Усього за розділом II	1195	1 638 807	2 108 339
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5 793 443	6 055 196

Пасив	Код рядка	Напочаток 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
Капіталу до оцінок	1405	2 293 845	2 150 864
Додатковий капітал	1410	695	8 353
Емісійний дохід	1411	8 353	8 353
Накопичені курсові різниці	1412	-7658	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 885 568	1 446 230
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(13580)	(13580)
Інші резерви	1435	0	0
Неконтрольована частка	1490	0	0
Усього за розділом I	1495	2 542 672	3 665 011
II. Довгострокові зобов'язання із забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	388 485	423 886
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	677 838	562 519
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
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	1 066 323	986 405
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	868 793	228 627
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	116 751	92 696
товари, роботи, послуги	1615	794 275	475 713
розрахунки з бюджетом	1620	131 216	189 871
у тому числі з податку на прибуток	1621	258	84 378
розрахунки зі страхування	1625	5 316	5 020
розрахунки з оплати праці	1630	22 719	140 898
одержаними авансами	1635	175 676	154 925
розрахунки з учасниками	1640	1 876	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	36 950	85 257
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	30 876	30 773
Усього за розділом III	1695	2 184 448	1 403 780
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів внедержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5 793 443	6 055 196

Примітки: н/д

Керівник

Булах І.

Головний бухгалтер

Бахов І.

Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
Дата за ЄДРПОУ "ОБОЛОНЬ"

КОДИ
01.01.2023
05391057

Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2022 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	8 649 174	5 986 592
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	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	(5 751 536)	(4 877 463)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	2 897 638	1 109 129
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни резервів 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	19 467	12 823
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів	2122	0	0

сільськогосподарської продукції			
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(470 629)	(423 695)
Витрати на збут	2150	(684 010)	(790 218)
Інші операційні витрати	2180	(53606)	(18439)
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
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	1 708860	5 007
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	15 956	174
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(128 689)	(188 451)
Втрати від участі в капіталі	2255	(10819)	(0)
Інші витрати	2270	(150 513)	(-32 680)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	1 434795	0
збиток	2295	(0)	(150 590)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-320114	19 769
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1 114681	0
збиток	2355	(0)	(130 821)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього
--------	-----------	-------------------	------------------------------------

			року
1	2	3	4
Дооцінка(уцінка)необоротнихактивів	2400	0	0
Дооцінка(уцінка)фінансовихінструментів	2405	0	0
Накопиченікурсовірізниці	2410	4 436	-503
Часткаіншогосукупногодоходуасоційованихтаспільних підприємств	2415	0	0
Іншийсукупнийдохід	2445	3 222	0
Іншийсукупнийдохіддооподаткування	2450	7 658	-503
Податокнаприбуток,пов'язанийзіншимсукупним доходом	2455	(0)	(0)
Іншийсукупнийдохідпісляоподаткування	2460	7 658	-503
Сукупнийдохід(сума рядків2350,2355та 2460)	2465	1 122339	-131324
Чистийприбуток(збиток),щоналежить:			
власникамматеринськоїкомпанії	2470	0	0
неконтрольованійчастці	2475	0	0
Сукупнийдохід,щоналежить:			
власникамматеринськоїкомпанії	2480	0	0
неконтрольованійчастці	2485	0	0

III. Елементиопераційнихвитрат

Назвастатті	Код рядка	За звітнийперіод	За аналогічнийперіод попередньогороку
1	2	3	4
Матеріальнізатрати	2500	3 617382	3 389517
Витратинаоплатупраці	2505	853060	728365
Відрахуваннянасоціальні заходи	2510	182848	154432
Амортизація	2515	383029	402242
Іншіопераційнівитрати	2520	1 482506	1 382934
Разом	2550	6 518826	6 057490

IV. Розрахунокпоказниківприбутковостіакцій

Назвастатті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період
-------------	--------------	-------------------------	-----------------------------

			попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	325127	325127
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	325127	325127
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	3,428400	-0,402400
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	3,428400	-0,402400
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0,00	0,00

Примітки: н/д

Керівник

Булах І.

Головний бухгалтер

Бахов

ДОДАТОК В
(обов'язковий)

ІЛЮСТРАТИВНА ЧАСТИНА

«УДОСКОНАЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ
«ОБОЛОНЬ»

Таблиця 1 – Мета, об'єкт, предмет та завдання роботи, наукова новизна

Мета	Вивчення теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь".
Завдання	— розглянути поняття та сутність результативності діяльності підприємства; — вивчити фактори, що впливають на результативність діяльності; — дослідити методи оцінки результативності діяльності; — надати загальну характеристику досліджуваного підприємства; — провести аналіз та фінансово-економічну оцінку стану ПрАТ "Оболонь"; — проаналізувати показники результативності діяльності підприємства; — розробити заходи щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь"; — оцінити економічний ефект від впровадження запропонованих заходів.
Об'єкт дослідження	процес забезпечення результативності діяльності підприємства.
Предмет дослідження	теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо удосконалення результативності діяльності ПрАТ "Оболонь".
Наукова новизна	удосконалено: інноваційні підходи та технології у виробництво, управління та маркетинг, що дозволить компанії залишатися конкурентоспроможною на ринку і забезпечувати високу якість продукції.



Рисунок 1 – Підходи до сутності «результативність діяльності» [1]

Таблиця 2 – Визначення сутності поняття "результативність діяльності"[6]

Автор	Визначення
А. Я. Лінник	Ступінь досягнення поставлених цілей, яка визначається співвідношенням фактично досягнутих результатів з плановими[6].
В. А. Афанасьєв	Кількісна та якісна характеристика корисних результатів, одержаних в процесі діяльності, що відображає ступінь досягнення поставлених цілей[6].
І.М. Фурсенко	Міра досягнення поставлених цілей, яка визначається співвідношенням між фактично досягнутими результатами та тими, яких можна було б досягти за даних умов[6].
О.В. Петренко	Комплексна характеристика, яка відображає ступінь досягнення поставлених цілей, ефективність використання ресурсів, якість виконання робіт та інші аспекти діяльності[6].



Рисунок 2 – Фактори, що впливають на результативність діяльності [6]

Таблиця 3 - Основні методи оцінки результативності діяльності

Метод	Опис	Переваги	Недоліки
Ринкова концепція	Фокусується на показниках конкурентоспроможності компанії та її ринкової вартості, таких як частка, темпи зростання продажів, коефіцієнти конкурентоспроможності продукції та ринкової капіталізації.	1.Допомагає відстежувати ринкову зупинку та позицію компанії; 2. Дозволяє реагувати на зміни зовнішнього середовища;	1.Не враховує внутрішніх факторів діяльності 2. Може бути складно кілька оцінити певні показники
Фінансова концепція	Зосереджується на показниках прибутковості та створення економічної додаткової вартості, таких як чистий прибуток, рентабельність інвестицій, активів та власного капіталу, економічна додана вартість.	1. Забезпечує чітке виявлення про фінансові результати 2. Дозволяє прийняти обґрунтоване рішення щодо інвестицій та розподілу ресурсів	1. Не враховує нефінансові аспекти 2. Короткострокова орієнтація може зашкодити довгостроковому розвитку
Витратна концепція	Вимірює ефективність використання ресурсів та мінімізацію витрат за показниками, такими як одноманітність продукції, коефіцієнти економічності, витрати на одиницю продукції.	1. Допмагає контролювати та знижувати витрати 2.Сприяє оптимізації виробничих процесів	1.Недооцінка інших важливих аспектів діяльності 2. Потенційна економіка може зашкодити якості
Неекономічна (нефінансова) концепція	Фокусується на якісних аспектах, таких як задоволеність клієнтів, лояльність персоналу, рівень інновацій, екологічна ефективність, соціальна відповідальність та репутація компанії.	1.Враховує значення нефінансові фактори успіху 2. Сприяє сталому розвитку та побудові міцних відносин	1.Складність оцінки деяких показників 2. Потребує розрахункового збору нефінансових даних
Збалансована система показників (BSC)	Комплексний підхід, який розглядає організацію з чотирьох перспектив: фінансової, клієнтської, внутрішніх бізнес-процесів та навчання і зростання.	1. Забезпечує збалансований погляд на результативність - зв'язує стратегічні цілі з операційною діяльністю 2.Гнучкість у виборі показників	1.Складність впровадження та супроводження 2. Вимагає значних зусиль для розробки та підтримки
Аналіз ланцюга цінностей	Розглядає організацію як сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, що створюють цінність для клієнта, та аналізує витрати, процеси та ефективність кожної ланки.	1. Дозволяє "вузькі місця" та можливості для оптимізації 2. Сприяє кращому розумінню потреб клієнтів	1. Складність збору детальних даних про всі ланки ланцюга 2. Потребує значних аналітичних зусиль
Аналіз продуктивності	Оцінка показників обсягу, термінів, якості роботи, ефективності використання ресурсів для окремих працівників, команд або підрозділів.	1.Надає цінні дані для керування персоналом 2.Допомагає окремі фактори, що впливають на продуктивність	1. Потребує розроблених об'єктивних критеріїв оцінки 2. Може бути сприйнято негативно, якщо процес нечесний

Таблиця 4 – Фінансові коефіцієнти для аналізу фінансової результативності діяльності [2].

Назва показника	Формула
Коефіцієнти ліквідності	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти / Поточні зобов'язання
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Грошові кошти та їх еквіваленти + Дебіторська заборгованість, чиста / Поточні зобов'язання
Коефіцієнт поточної ліквідності	Поточні активи / Поточні зобов'язання
Коефіцієнти фінансової стійкості	
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	Власні кошти / Загальні активи
Коефіцієнт фінансування	Довгострокові зобов'язання / Загальні активи
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами	Власні кошти - Необоротні активи / Поточні зобов'язання
Коефіцієнти ділової активності (оборотності)	
Коефіцієнт оборотності активів	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість активів
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чистий продаж / Середньомісячна дебіторська заборгованість
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чистий продаж / Середньомісячна кредиторська заборгованість
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	Собівартість реалізованої продукції / Середньомісячні запаси матеріалів
Коефіцієнти рентабельності	
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість активів
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток / Середньомісячна вартість власного капіталу
Коефіцієнт рентабельності діяльності	Чистий прибуток / Чистий продаж
Коефіцієнт рентабельності продукції	Чистий прибуток / Собівартість реалізованої продукції

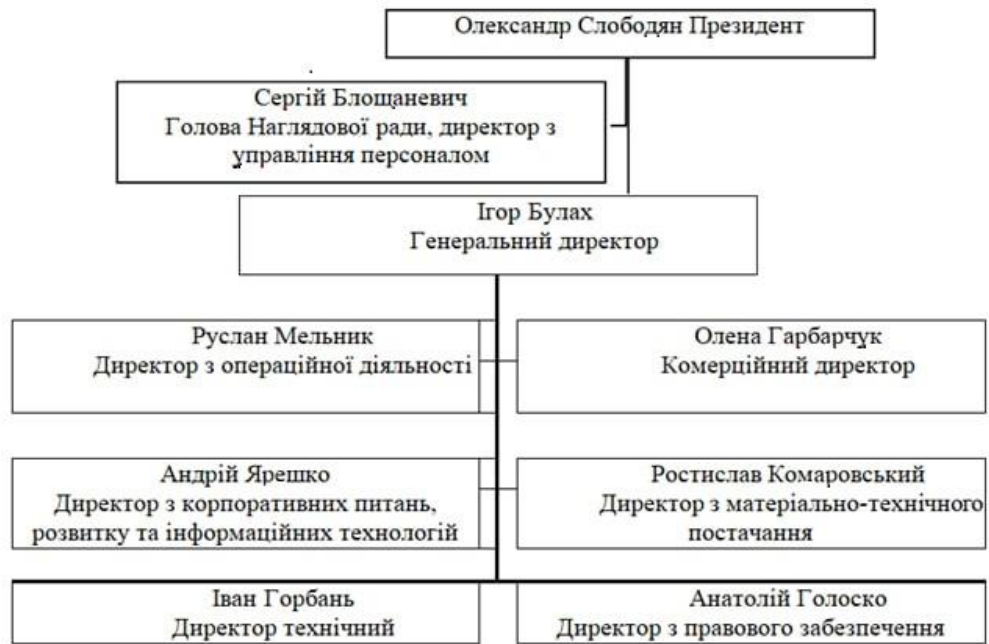


Рисунок 3 – Організаційна структура ПрАТ «Оболонь» [30]

Таблиця 5 – Трудові ресурси ПрАТ «Оболонь» та їх фонд оплати праці [30]

Показник	2020	2021	2022	Відхилення значень, абс/відн	
				2021 від 2020	2022 від 2021
Облікова кількість штатних працівників, чоловік	3192	3460	3157	268 чол. або 8,4%	-303 чол. або 8,76 %
Фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн.	529153,0	626692,0	705528,0	97 539 тис. грн або 18,4%	78 836 тис. грн або 12,6%
Кількість укладених та зареєстрованих колективних договорів, шт.	383	324	315	-59 шт або 15,4%	-9 шт або 2,8%
Розмір мінімальної місячної тарифної ставки	5700	6200	7600	500 грн або 8,8%	1400 грн або 22,6%

Таблиця 6 – Споживчі ринки на яких працює компанія[25,26].

Ринок пива	Ринок мінеральної води	Ринок безалкогольних напоїв	Ринок слабоалкогольних напоїв	Ринок сидру
Найбільш складний ринок на сьогоднішній день. Показує мінімальне зростання виробництва пива на 2% при одночасному зменшенні споживання пива на душу населення.	Ринок зростає на 11%.	Ринок демонструє позитивну динаміку зростання 15%.	Ринок показує позитивну динаміку у 13%.	Ринок стабілізувався
Особливість: 4 виробники контролюють 93% ринку.	Особливість ринку: одна компанія з великим відривом контролює 36% ринку.	Особливість: 7 виробників займають майже 90% ринку.	Особливість: тільки 2 компанії займають 95% ринку.	Особливість: 94% ринку ділять між собою 4 компанії-виробники.

Таблиця 7 – Асортимент продукції ПрАТ «Оболонь» [27; 30].

Номенклатура продукції	Одиниця вимірювання	Обсяг виготовленої продукції по роках		Динаміка, %
		2020	2021	
1.Слабоалкогольні напої міцністю від 1,2% до 8,5%	Л. чист. Спирт.	479501,0	614350,1	128,12
2.Води натуральні мінеральні негазовані	Тис. дол.	363,6	295,8	81,35
3.Води натуральні мінеральні газовані	Тис. дол.	156,1	204,5	131,01
4.Води газовані інші	Тис. дол.	134,8	101,2	75,07
5.Води непідсолоджені й неароматизовані; лід та сніг	Тис. дол.	690,2	596,8	86,47
6.Води з додаванням цукру і речовин підсолоджувальних чи ароматизуючих інших (типу лимонад, орандж)	Тис. дол.	6019,2	5454,8	90,62
7.Бутлі, пляшки, флакони, фляги та вироби подібні для транспортування або пакування продукції (стакани для сметани, йогурту), місткістю 2 л і менше, з пластмас	Тис. шт.	53768,3	44303,4	82,40
8.Бутлі, пляшки, флакони, фляги та вироби подібні для транспортування або пакування продукції, місткістю більше 2 л, з пластмас	Тис. шт.	886,1	827,5	93,39

Таблиця 8 – Статистика по видам продукції ПрАТ “Оболонь” за 2020-2022 рр. [29; 30].

Вид продукції	Обсяг реалізації продукції, тис. грн			Темп приросту, %		Частка в загальному обсязі, %		
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021	2020	2021	2022
Пиво	3102954,0	3453373,0	244,0	11	47,6	56,8	57,7	58,9
Безалкогольні напої	818340,0	873 318,0	1042475,0	7	19,4	15,0	14,6	12,1
Слабоалкогольні напої	289862,0	785577,0	928091,0	171	18,1	5,3	13,1	10,7
Мінеральна вода	346209,0	311710,0	383424,0	-10	23,0	6,3	5,2	4,4
Інша реалізація	684320,0	475224,0	512853,0	-31	7,9	12,5	7,9	5,9
Послуги доставки	454333,0	554222,0	888001,0	22	60,2	8,3	9,3	10,3
Ретро-бонуси та маркетинг	-229870,0	-466832,0	-201914,0	103	-56,7	-4,2	-7,8	-2,3
Всього	5466148,0	5986592,0	8649174,0	9,52	44,5	100	100	100

Таблиця 9 – SWOT-аналіз ПрАТ "Оболонь"

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості, О	Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПрАТ "Оболонь" може увійти в нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також завдяки високій прибутковості компанія може збільшити доходи населення; маючи значні виробничі потужності ПрАТ "Оболонь" може розширити виробництво.	На основі можливості ПрАТ "Оболонь" проникнення на нові сегменти ринку, обслуговування нових додаткових груп споживачів, розширення виробництва компанія може мінімізувати атаки з боку конкурентів, невдалі диверсифікації, "хворобу великої компанії" та розробити ресурсозберігаючу стратегію. Також використовуючи зростання доходів населення може вдосконалити систему стимулювання праці.
Загрози, Т	Маючи високу прибутковість рентабельність фірма може знешкодити загрозу інфляції та зниження рівня доходів населення. А завдяки диференціації виробів, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам в потребах смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів.	Компанія має спрямувати свою діяльність на мінімізацію неефективної системи стимулювання праці, протистояння атакам з боку ключових конкурентів уникати необґрунтовано диверсифікації, слідкувати за доцільністю розмірів виробництва та розробити ефективну ресурсозберігаючу стратегію. Також ПрАТ "Оболонь" має звести до мінімуму вплив інфляції, зменшення доходів населення, зміни смаків та потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку.

Таблиця 10 – PEST - аналіз ПрАТ «Оболонь» (політичні та соціальні фактори)

Політичні фактори	Вплив фактору	Соціальні фактори	Вплив фактору
1. Військовий стан в країні	-3	1. Відтік за кордон висококваліфікованих кадрів	-1
2. Вихід із ринків Росії та Німеччини	-1	2. Низька мотивація праці	0
3. Недосконалість законодавства	-2	3. Соціальні умови на підприємстві	+2
4. Недосконалі умови експорту	+1	4. Значний % працюючих пенсійного та передпенсійного віку	0
5. Монополізація ринку	+1	5. Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	+3
6. Відсутність пільг для заохочення інноваційної діяльності	-3	6. Психологічний клімат у трудовому колективі	+1
7. Можливості контролю господарської діяльності та управління з боку акціонерів	+2	7. Соціальні програми щодо шкідливості вживання алкогольних напоїв	-1

Таблиця 11 – PEST -аналіз ПрАТ "Оболонь"

Економічні фактори	Вплив фактору	Технологічні фактори	Вплив фактору
1.Ріст інфляції	-3	1.Ресурсозалежність виробництва	-2
2.Висока облікова стКарлсберга НБУ та стКарлсберги кредитування комерційних банків	-1	2.Залежність від комплектуючих з інших країн	-1
3.Платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку збуту	-1	3. Високий рівень зношеності основних фондів	-1
4. Нестабільний курс національної валюти	+2	4.Використання інноваційних технологій	+2
5. Високий рівень податків	+3	5. Випуск нових видів продукції	+3
6. Зростання цін на сировину та енергоресурси	+1	6. Впровадження енергозберігаючих та природо-охоронних заходів	+1
7. Інвестиційний потенціал	-1	7. Наявність резервних потужностей	-1
8. Митні бар'єри	-1	8. Відповідність організації виробництва умовам ринкового середовища	-1

Таблиця 12 – Динаміка майнового стану та деяких фінансових показників ПрАТ "Оболонь"

Показники, тис.грн (окрім відносних)	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2021 від 2020	Відхилення 2022 від 2021
				Абс.	Темп приросту, %
1. Загальна вартість майна	5323114,0	5362247,0	5615058,0	39133	0,74
2. Необоротні активи	4299505,0	3820753,0	5007701,0	-478752	-11,13
3. Оборотні активи	1023609,0	1541494,0	607357,0	517885	50,59
4. Власний капітал	2198809,0	2275607,0	2275607,0	76798	3,49
5. Залучений капітал	3124305,0	3086640,0	3339451,0	-37665	-1,21
6. Коефіцієнт зносу ОЗ	0,605	0,624	0,623	0,019	3,14
7. Коефіцієнт покриття	0,406	0,499	0,290	0,093	22,91
8. Коефіцієнт автономії	0,413	0,424	0,406	0,011	2,66

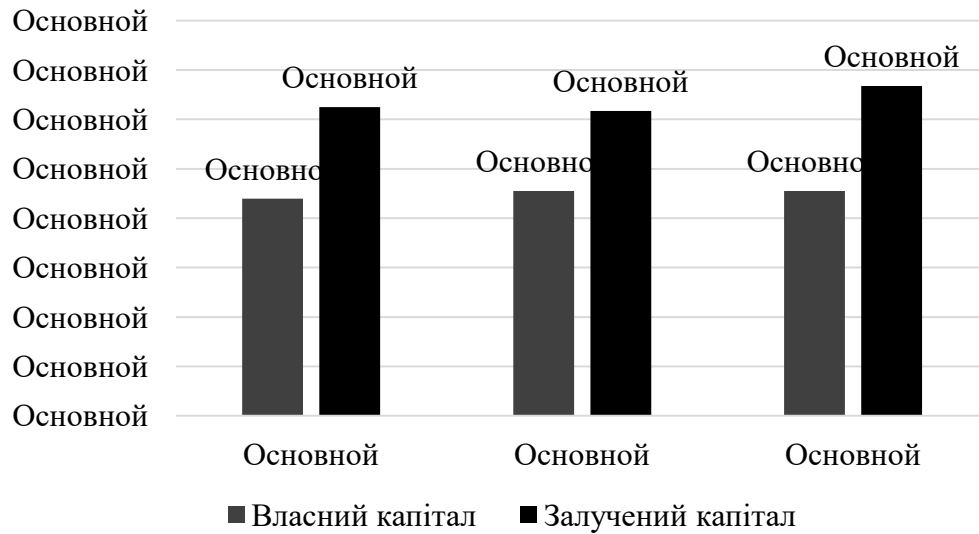


Рисунок 4 – Динаміка власного і залученого капіталу ПрАТ "Оболонь" протягом 2020-2022 років, тис. грн. [30]

Таблиця 13 – Аналіз ефективності використання основних засобів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр, тис. грн.

Показники	2020	2021	2022	Відхилення	
				2020/2021	2021/2022
Середньорічна вартість основних засобів	6787547,5	4067871,0	3814672,0	-2719677	-253199
Знос	7392445,0	7975 95,0	306118,0	583350	330323
Коефіцієнт зносу,%	1,09	1,96	2,18	0,87	0,22
Фондовіддача	1,22	0,68	0,44	-0,54	-0,24
Фондоємність	0,82	1,47	2,27	0,65	0,80
Фондооборотність	2928,19	1856,63	1 823,46	-1 071,56	-33,17

Таблиця 14 – Структура та ефективність використання матеріальних ресурсів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

Показник	2020	2021	2022	Відхилення 2021/2022	
				Абс	відн
Матеріальні затрати	2993302,0	3389517,0	3617382,0	227 865	6,30
Витрати на оплату праці	705528,0	728365,0	853060,0	124 695	14,62
Відрахування на соціальні заходи	149141,0	154432,0	182848,0	28 416	15,54
Амортизація	399564,0	402242,0	383029,0	-19 213	-5,02
Інші операційні витрати	1204645,0	1381481,0	1482506,0	101 025	6,81
Разом	5452180,0	6056037,0	6518826,0	462 789	7,10

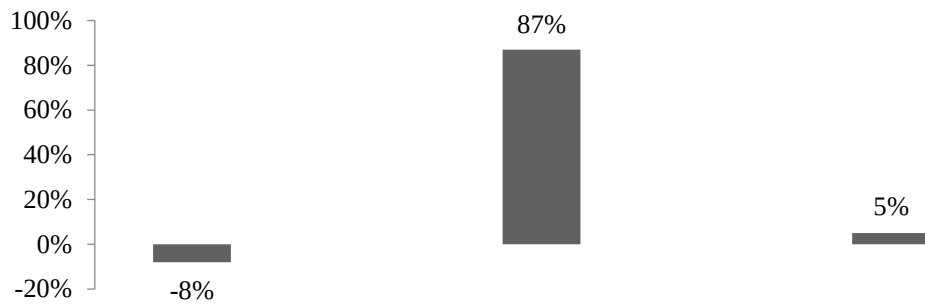


Рисунок 5 – Зміна чистого прибутку на одну просту акцію за 2020-2022 роки [30]

Таблиця 15 – Фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн. [27; 29; 30]

Показник	2020	2021	2022	Відхилення 2020/2019	Відхилення 2021/2020
Чистий дохід від реалізованої продукції	5549706,0	5986592,0	8649174,0	(+) 436886 (+7,30%)	(+) 2662582 (+30,78%)
Собівартість реалізованої продукції	4070109,0	4877463,0	5751536,0	(+) 807354 (+16,50%)	(+) 874073 (+15,20%)
Валовий прибуток	1479597,0	1109129,0	2897638,0	(-) 370468 (-33,40%)	(+) 1788509 (+61,72%)
Витрати на збут	719636,0	790218,0	684010,0	(+) 70582 (+8,90%)	(-) 106208 (-15,53%)
Адміністративні витрати	361150,0	423695,0	470629,0	(+) 62545 (+14,70%)	(+) 46934 (+9,97%)
Повні витрати	5150895,0	6091376,0	6906175,0	(+) 940481 (+15,44%)	(+) 814799 (+11,80%)
Прибуток чистий	338614,0	-130821,0	1114681,0	(-) 469435 (+358,84%)	(+) 1245502 (+111,74%)
Вартість основних засобів	4386805,0	4067871,0	3814672,0	(-) 318934 (-7,84%)	(-) 253199 (-6,64%)
Витрати на 1 грн. виручки від реаліз.	0.93	1.02	0.80	(+) 0,09 (+27,72%)	(-) 0,22 (-27,43%)
Рентабельність продажів	6.57	-2.15	16.14	(-) 8,72	(+) 18,29

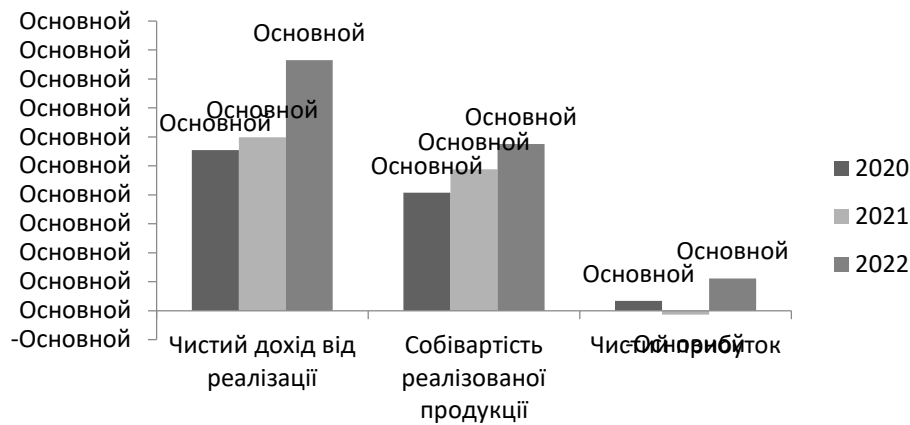


Рисунок 6 – Фінансові результати ПрАТ «Оболонь» за 2020- 2022 рр., тис. грн.

Таблица 16 – Анализ показателей рентабельности ПрАТ «Оболонь»

Показник	2020	2021	Відхилення 2021 до 2020	2022	Відхилення 2022 до 2021
Показники рентабельності реалізації					
Рентабельність за валовим прибутком	-46,47	-59,1	-12,63	68,15	127,25
Рентабельність за операційним прибутком	-6,41	1,41	7,82	9,06	7,65
Рентабельність за чистим прибутком	-7,2	2,54	9,74	11,91	9,37
Показники рентабельності власного капіталу та зобов'язання					
Рентабельність власного капіталу	-17,55	5,59	23,14	28,58	22,99
Термін окупності власного капіталу	-20,52	-22,45	-1,93	53,16	75,61
Рентабельність позикового капіталу	-9,07	6,51	15,58	16,39	9,88
Показники рентабельності активів					
Рентабельність активів	-5,98	3,18	9,16	10,38	7,2
Термін окупності активів	-61,03	-78,76	-17,73	144,01	222,77
Рентабельність необоротних активів	-15,64	4,33	19,97	21,13	16,8
Термін окупності необоротних активів	-23,33	-60,55	-37,22	89,82	150,37
Рентабельність оборотних активів	-9,68	11,93	21,61	31,81	19,88
Термін окупності оборотних активів	-37,7	-18,22	19,48	54,19	72,41

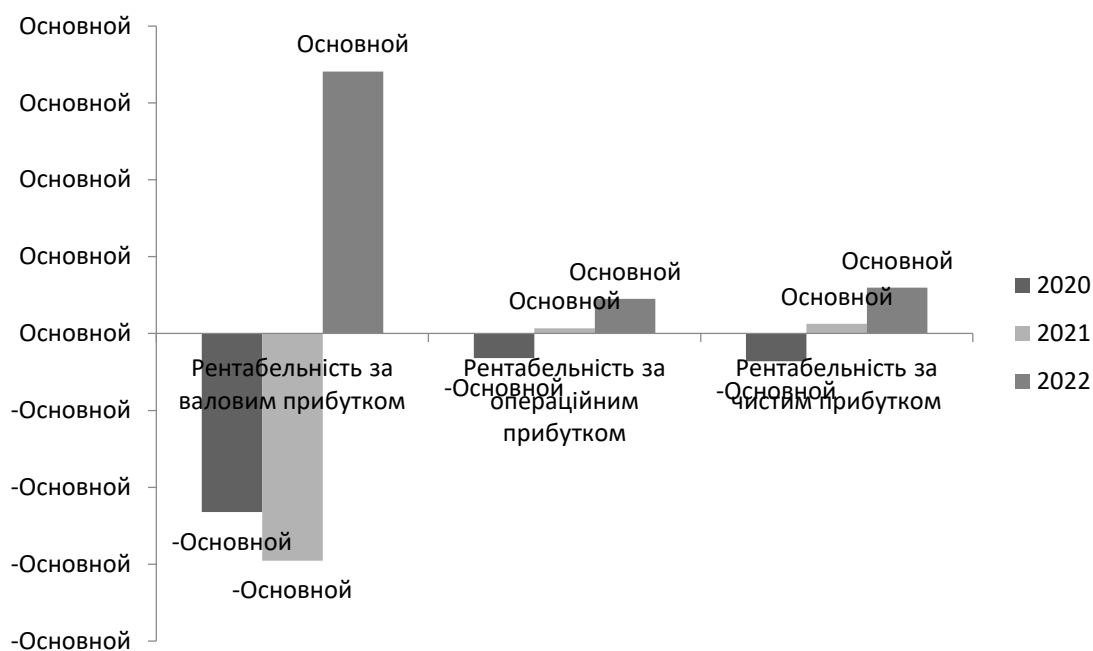


Рисунок 7 – Показники рентабельності реалізації ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

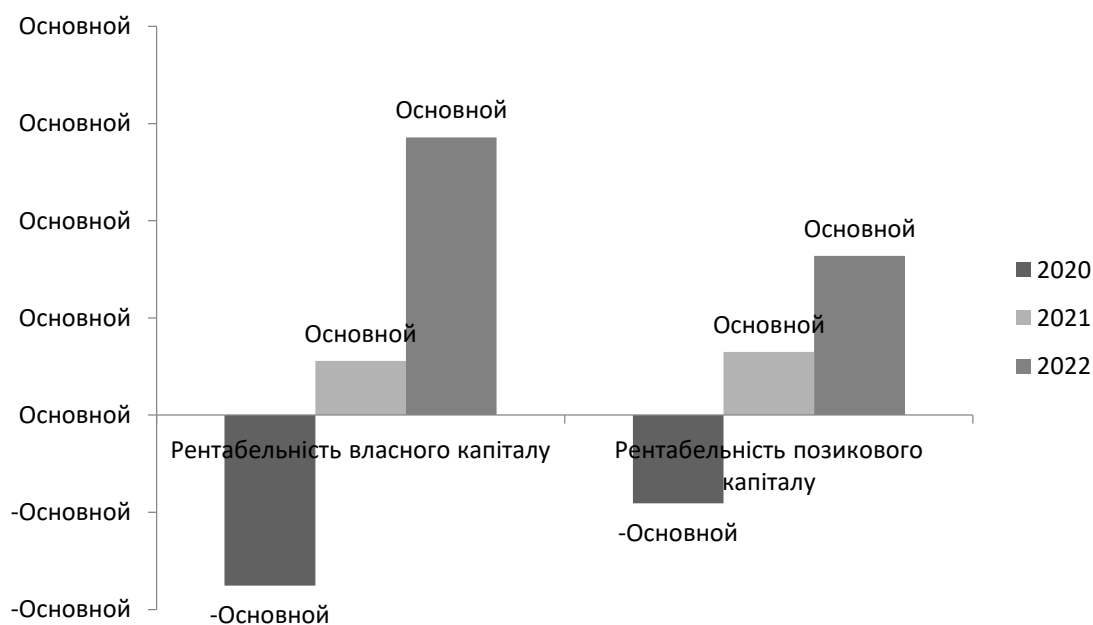


Рисунок 8 – Показники рентабельності власного капіталу та зобов'язання ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

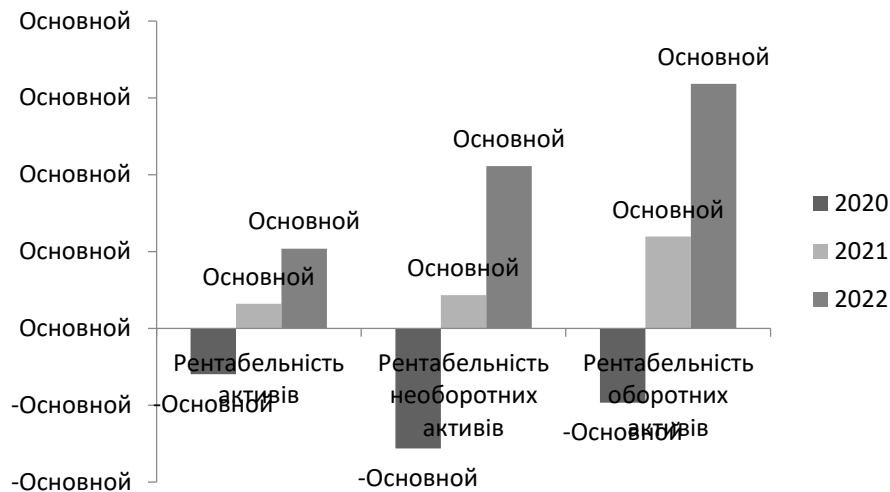


Рисунок 9 – Показники рентабельності активів ПрАТ «Оболонь» за 2020-2022 рр.

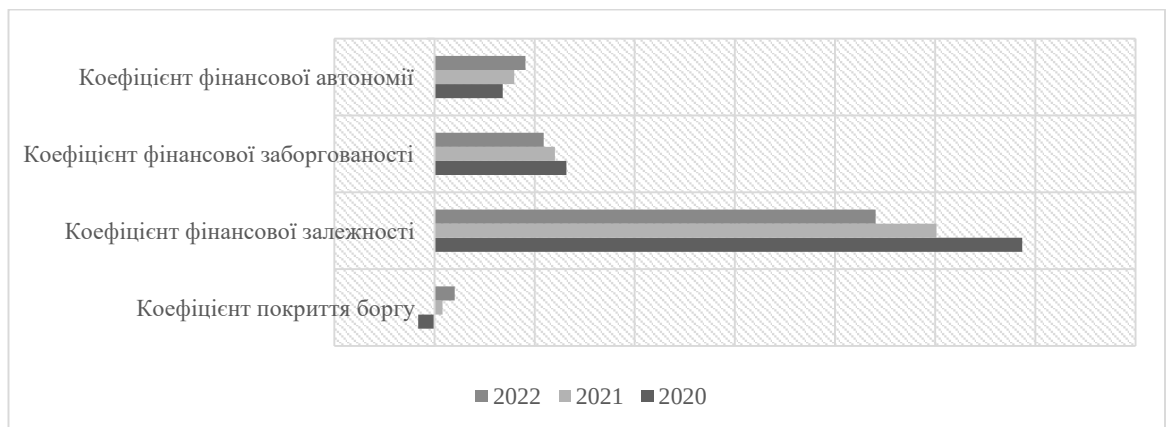


Рисунок 10 – Динаміка показників фінансової стійкості ПрАТ «Оболонь» у 2019-2022 роках

Таблиця 17 – Показники ліквідності та платоспроможності за 2020-2022 роки

Коефіцієнт	Нормативне значення	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відхилення 2022 від 2020
Коефіцієнт покриття	>1	0,56	0,75	1,50	+0,94
Коефіцієнти швидкої ліквідності	0,6-1	0,24	0,26	0,69	+0,45
Коефіцієнти абсолютної ліквідності	0,2-0,35	0,01	0,01	0,11	+0,10
Коефіцієнти автономії	>0,5	0,40	0,44	0,61	+0,21
Коефіцієнт фінансування	>1	0,70	0,81	1,72	+1,02

Таблиця 18 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу чистого прибутку за 2022 р.

Показник	Значення		Зміна значень
	Попередній рік (п)	Звітний рік (з)	
Чистий прибуток (ЧП), тис. грн	135094,0	1114681,0	979587
Чистий дохід від реалізації продукції (ЧД), тис. грн	5986592,0	8649174,0	2662582
Середньорічні залишки активів (А), тис. грн	338321,0	469532,0	131211
Середньорічні залишки власного капіталу (ВК), тис. грн	337896,0	1122339,0	784443
Оборотність активів (КобА), оборотів (ряд. 2 / ряд. 3)	17,69	18,42	0,73
Мультиплікатор капіталу (Мк) (ряд. 3 / ряд. 4)	1,00	0,41	-0,58
Чиста рентабельність (Рчиста) (ряд. 1 / ряд. 2)	0,02	0,13	0,13

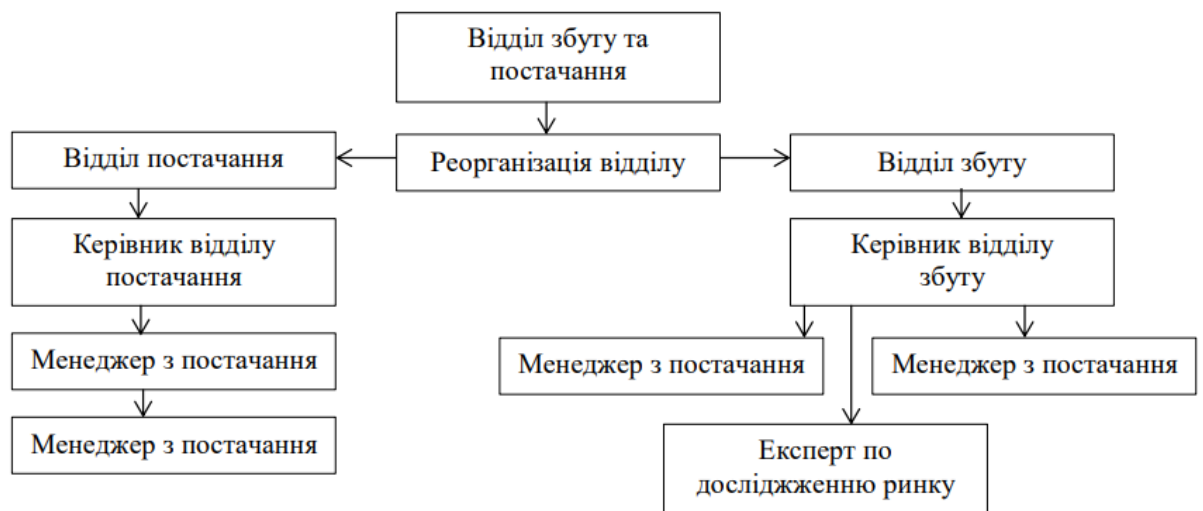


Рисунок 11 – Реорганізація відділу збуту підприємства ПрАТ «Оболонь»

Таблиця 19 – Витрати на відкриття фірмового магазину ПрАТ «Оболонь»

Витрати	Кількість	Ціна за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
Ремонт приміщення, кв. м	60	1500,0	90000,0
Заробітна плата	2	15000,0	360000,0
Нарахування на соціальні заходи	2	15000,0	30000,0
Торговельне обладнання	1	25000,0	25000,0
Транспортні витрати	1	1700,0	1700,0
Витрати на встановлення	1	1000,0	1000,0
Амортизаційні відрахування, %	21,925	27700,0	6073,23
Витрати на електроенергію, кВт/год	1	8372,16	8372,16
Вивіска	1	10125,0	11137,5
Рекламні плакати, шт.	3	215,0	645,0
ВСЬОГО			533927,89

Таблиця 20 – Розрахунок додаткових виплат за роботу на виставці працівників ПрАТ «Оболонь»

Посада	Оклад	Сума за 1 робочий день	Сума за 3 дні роботи на виставці
Генеральний директор	20000,0	1000,0	3000,0
Комерційний директор	15000,0	700,0	2100,0
Начальник відділу збуту та маркетингу	18000,0	850,0	2550,0
Менеджер відділу збуту та маркетингу	13000,0	550,0	1650,0
Менеджер відділу збуту та маркетингу	13000,0	550,0	1650,0
Економіст	20000,0	1000,0	3000,0
Консультант технічних проектів	11000,0	450,0	1350,0
ВСЬОГО	110000,0	5100,0	15300,0