

ВСТУП

Особливістю сучасного будівництва є широкий вибір нових матеріалів, виробів і технологій, які завдяки інтенсивному розвитку будівельної науки і техніки змінюються кожні 5–10 років. Завдяки науці та будівельній інженерії створюються технології одержання нових, високоефективних, екологічно чистих матеріалів. Виробництво цих матеріалів засновано на безвідходних і енергозберігаючих технологіях. Промисловість будівельних матеріалів України забезпечена потужною сировинною базою, яка дозволяє країні швидко рухатись вперед. Дана промисловість є важливою галуззю економіки країни, від якої залежить будівництво, як житлових так і не житлових об'єктів: житлові, медичні, адміністративні, наукові, навчальні та промислові споруди.

Існування будь-якого суб'єкта господарювання в ринкових відносинах потребує від підприємства виконання заходів щодо вдосконалення управління виробничими процесами і в результаті збільшення фінансового результату від основної діяльності. Підприємства, які виготовляють будівельні матеріали не є виключенням. Вони постійно повинні слідкувати за тим, щоб їх продукція відповідала всім стандартам та постійно оновлювалась пропорційно потребам споживачів.

На сьогоднішній час доволі актуальним питанням є постійне оновлення та розширення асортименту продукції підприємства, а якщо є можливість, вихід за межі основного виду діяльності компанії. Також запорукою успіху фірми є наявність методики оцінки якості продукції, яка виготовляється. Все це веде до створення позитивного іміджу суб'єкта господарювання, завоювання нових споживачів та забезпечення конкурентоспроможної позиції на ринку. Тому в сучасних умовах вдосконалення організації операційної діяльності є дуже важливим та актуальним питанням підприємницької діяльності.

Метою дипломної роботи є дослідження асортименту та якості товарів виробників будівельних матеріалів та розробка можливих рекомендацій щодо покращення цих аспектів та підвищення ефективної діяльності підприємства.

Щоб досягнути мету, яку ми поставили, необхідно зробити наступні завдання:

- дослідити якість та асортимент будівельних матеріалів на підприємстві;
- розібрати виробничо-господарську діяльність підприємства, яке ми досліджуємо;
- в'яснити чи має досліджуване підприємство механізми оцінки якості своєї продукції;
- визначити рівень ефективності операційної діяльності підприємства;
- проаналізувати фінансово-економічний стан ТОВ «КЛЕОС» за 2018-2019 роки;
- зробити аналіз основних показників операційної діяльності суб'єкта господарювання;
- розглянути та визначити найкращі шляхи підвищення якості будівельних матеріалів на підприємстві;
- визначити фінансову ефективність від впровадження запропонованих заходів на ТОВ «КЛЕОС».

Об'єкт дослідження дипломної роботи є процес створення гідного товару, а саме будівельних матеріалів на підприємстві та залежність прибутку від якості товару.

Предмет дослідження – практичні, теоретичні та методичні підходи щодо дослідження та вдосконалення якості та асортименту будівельних матеріалів.

Досліджуване підприємство– ТОВ «КЛЕОС».

Методи дослідження. Під час виконання дипломної роботи були використані методи синтезу і аналізу; групування та систематизації. Також використовувались економіко-статистичні методи; емпіричні методи (для збирання первинної інформації про якість та асортимент на підприємстві); при

аналізі господарської діяльності застосовувались статистичні методи дослідження числових даних: горизонтальний та вертикальний аналіз.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення отриманих результатів полягає у дослідженні, розробці та обґрунтуванні заходів щодо удосконалення асортименту та якості будівельних матеріалів ТОВ «КЛЕОС».

РОЗДІЛ 1

СТАН РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

1.1. Розвиток виробництва будівельних матеріалів в Україні

Про стан економіки будь-якої держави можна судити за обсягами капітального будівництва, тому промисловість будівельних матеріалів справедливо називають показником інвестиційної активності.

Що ж давайте більш детально розглянемо, що таке будівельні матеріали, та будівельні вироби і конструкції.

Будівельні матеріали - це речовини та компоненти, які використовують в будівництві або для виготовлення будівельних конструкцій (пісок, глина...).

Будівельні вироби та конструкції - це повноцінні елементи, які мають чітку форму і готові до використання в будівництві (цегла, арматура...).

Промисловість будівельних матеріалів охоплює досить велику кількість галузей та виробництва, що виготовляють різноманітні матеріали.

Для того, щоб завжди розвиватись вони намагаються використовувати в своїй діяльності мінеральні ресурси та відходи від інших галузей промисловості. Що характерно, так це те, що видобуток природної сировини здійснюється на всій території нашої держави, тому що вся земля багата на будівельні корисні копалини.

Ця промисловість виробляє покрівельні, в'язучі та стінові матеріали, облицювальну плитку, будівельне скло та інші матеріали. Взагалі всі інноваційні матеріали, що є в усьому світі, присутні й в Україні. Україну сповна відкрили глобалізація, світовий ринок та євроінтеграція. Але вартість матеріалів, які продають на нашому ринку та купівельна спроможність населення, на жаль не така як в європейських країнах.

Будівельні матеріали займають дуже важливе місце серед багатьох факторів, що визначають якість сучасного будівництва, архітектурну цінність будівель та споруд і техніко-економічні показники будівельних проектів.

Сучасна промисловість будівельних матеріалів - це комплексна галузь, яка містить у собі більше двадцяти самостійних підгалузей, багато з яких, у свою чергу, нараховують у своєму складі кілька видів виробництв, при цьому кожна підгалузь утворює свій ринок, який функціонує самостійно, утворюючи в сукупності загальний ринок будівельних матеріалів.

По ситуації в будівельній галузі можна впевнено говорити про інноваційно-інвестиційні процеси, які відбуваються в економіці країни, що підтверджує актуальність даного дослідження.

Промисловість будівельних матеріалів є великою складовою економіки будь-якої країни. Ця галузь, будучи основною матеріальною базою для будівельного комплексу, істотно впливає на темпи зростання в інших галузях економіки і соціально-економічний стан суспільства в цілому. Промисловість будівельних матеріалів включає виробництво основних видів будівельних матеріалів - цементу, цегли та інших стінових матеріалів, бетону і бетонних конструкцій, азбоцементних виробів, плитки керамічної, брущатки, теплоізоляційних матеріалів, покрівельних матеріалів і багатьох інших [1].

Промисловість будівельних матеріалів містить у собі наступні підгалузі:

- виробництво цементу;
- виробництво вапняних, гіпсових і місцевих в'язких матеріалів і виробів з них;
- виробництво бетонних і збірних залізобетонних конструкцій і виробів;
- виробництво стінових матеріалів;
- виробництво будівельної кераміки;
- виробництво азбестових і азбестоцементних виробів;
- виробництво полімерних будівельних матеріалів;
- виробництво м'яких покрівельних і гідроізоляційних матеріалів;
- виробництво облицювальних матеріалів і виробів з природного каменю;

- виробництво пористих заповнювачів;
- виробництво теплоізоляційних матеріалів;
- виробництво нерудних будівельних матеріалів;
- виробництво санітарно-технічних виробів;
- виробництво опалювальних систем;
- склоробне виробництво;
- деревообробне виробництво;
- виробництво лакофарбових матеріалів;
- інші галузі [2, с. 65-66].

Промисловість будівельних матеріалів показана на рис. 1.1.

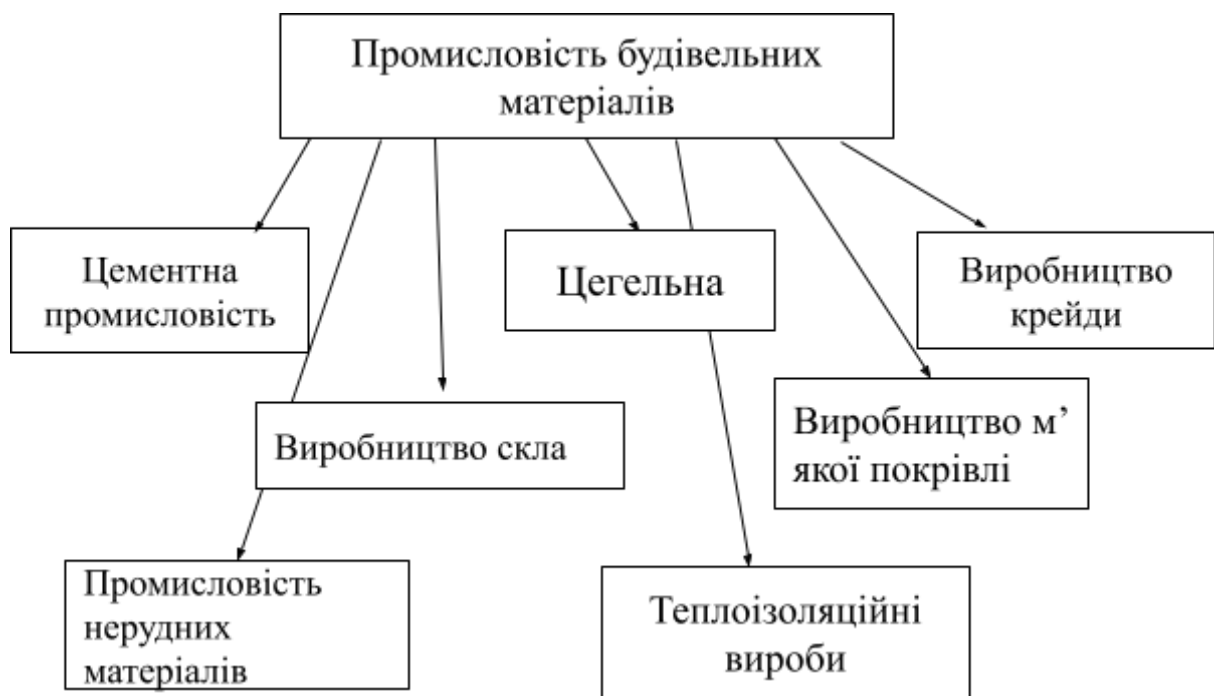


Рис 1.1- Галузі виробництва будівельних матеріалів

За даними Державної служби статистики України (Держстату України) виробництвом будівельних матеріалів в Україні займається майже 32 тис. підприємств, більша частина яких зосереджена у Київській, Львівській, Харківській, Донецькій, Сумській та Житомирській областях. Проте асортимент та якість продукції вітчизняних виробників не завжди задовольняє потреби

сучасного будівництва. Суттєве відставання зумовлене недостатнім технічним рівнем виробництва, для підвищення якого необхідні інноваційні та інвестиційні проекти [3].

У січні 2020 року підприємствами України виконано будівельних робіт на суму 7 397,4 млн.гривень. Індекс будівельної продукції становить 103,6 % порівняно з відповідним періодом 2019 року. Нове будівництво склало 49,7 % від загального обсягу виробленої продукції, капітальний і поточний ремонт – 25,3%, реконструкція та технічне переоснащення – 25,0 % [3].

Відомо, що земля України надзвичайно родюча, ці ресурси задовольняють всі наші потреби не тільки в будівельній сфері а й в інших.

Та на жаль через жадібність деяких олігархів та підприємців, все це йде до такого стану коли ці ресурси просто вичерпаються і наша держава муситиме купувати будівельні матеріали за кордоном, а це погано скажеться на економіці нашої країни. Та зараз у нас є можливість все це зберегти і далі виготовляти те різноманіття матеріалів, що і зараз. Види будівельного виробництва та сировинна база показані на рис. 1.2 та 1.3.

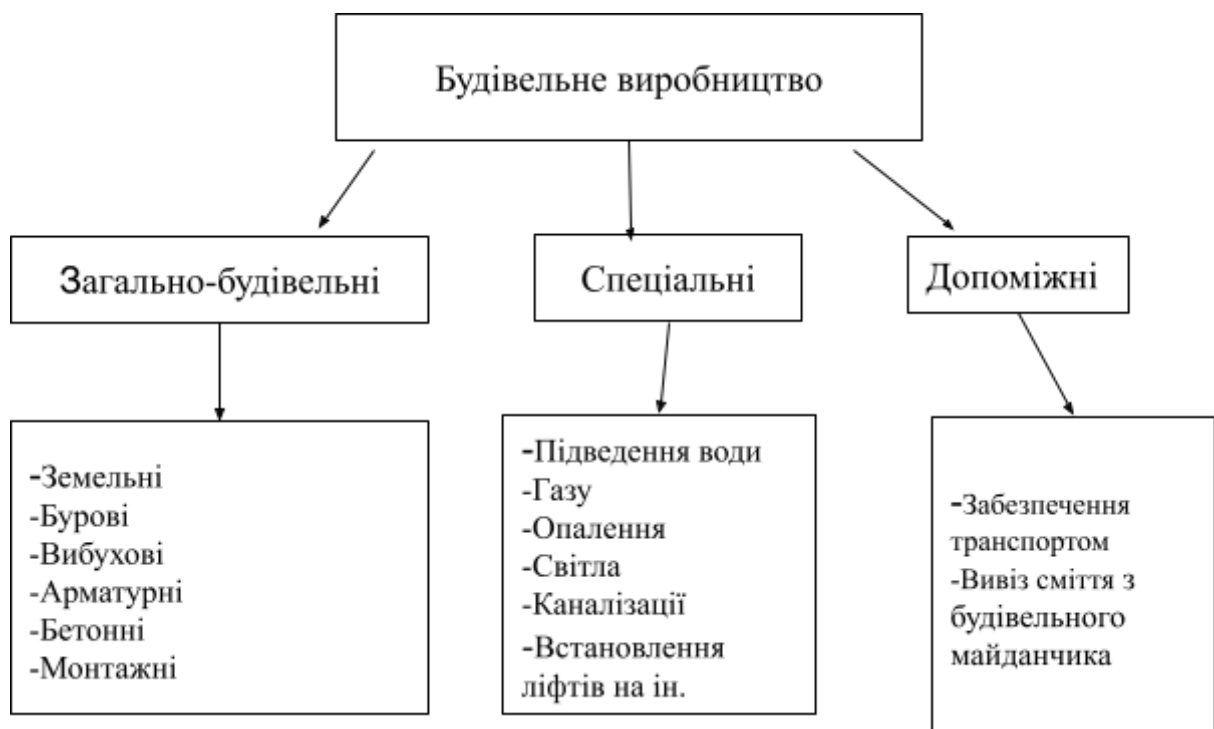


Рис 1.2 - Вектори будівельного виробництва



Рис 1.3 - Сировинна база

З вищевказаних рисунків ми бачимо, який потенціал має наша країна, і в майбутньому вона може стати однією з головних країн по виготовленню будівельних матеріалів, та на жаль зараз це складно зробити. Проблеми та перспективи будівельного комплексу України показані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 - Проблеми та перспективи будівельного комплексу

Проблеми розвитку:	Перспективи розвитку:
-забруднення середовища	-продовження реконструкції технічної бази
-застаріле технологічне обладнання	-розширення випуску нових будівельних матеріалів
-недостатня кількість якісної продукції	-комплексне використання сировини

Таким чином розуміємо, що проблеми не такі вже критичні і їх можна вирішити, потрібно лише бажання та підтримка нашої влади і тоді ми станемо потужним виробником будівельних матеріалів.

1.2 Вивчення попиту на будівельні матеріали та вимоги до їх якості

Попит є дуже важливою складовою, яка задає темп обсягам роботи кожного підприємства. Чим більший попит на товар, тим в більшій кількості підприємство намагатиметься його виготовити, враховуючи свої можливості. Саме зміна попиту регулює роботу фірми.

Що ж таке попит? Це бажання та здатність споживачів купити певну кількість тих чи інших товарів та послуг за певну ціну. Тобто це платоспроможність потреб населення в деяких благах.

Зміна попиту відбувається за рахунок таких факторів:

- число покупців;
- уподобання споживачів;
- зміна рівня зарплати людей;
- зміна цін на товари- замінники та доповнювачі;
- очікування людей;
- ситуація в країні, як економічна так і політична.

Саме це дуже впливає на попит будь-якого товару та послуги і будівельні матеріали не є виключенням .

Якщо поглянути на статистику України то за останні десять місяців 2020 року індекс будівельної продукції зріс на 5,4%. Взагалі абсолютні показники будівельної галузі показали, що величина будівельних робіт склали 101,5 млрд. гривень.

Динаміка економіки за останні роки була досить позитивною, вона дала поштовх будівельній діяльності, що дуже сприяло галузі в цілому. Звичайно,

якщо порівнювати індекс росту з попередніми роками, то ми бачимо, що темпи значно сповільнилися, адже в 2018 році він складав 16,4%, а в 2019 році 24,2%.

Саме через це президент та члени Всеукраїнської спілки виробників будівельних матеріалів говорять, що темпи продовжать зменшуватись. Щоб зупинити цю проблему, Україна повинна кожного року збільшувати обсяги будівельних робіт на рівні 20 - 25% протягом 8- 10 років.

Ціни на будматеріали залежать як від зовнішніх, так і від внутрішніх впливів. При цьому важливим чинником зростання цін на матеріали є “Укрзалізниця”, “політику” якої експертам пояснити важко.

Також варто враховувати підвищення тарифів на газ, електроенергію та інших платежів “за приєднання”, що призводить до зупинки виробництва. У кращому випадку, всі ці додаткові витрати включаються у собівартість будматеріалів, внаслідок чого логічно зростають ціни на них [5].

Про що можна сказати точно, так це про ціни на будівельні матеріали та вартість всіх робіт, які пов'язані з будівництвом. Всі експерти та дослідники ринку будівельних матеріалів впевнені, що наступні роки ціни продовжуватимуть зростати.

За рахунок того, що ціни на будівельні матеріали зростають і, як ми розуміємо, вони не знизяться найближчим часом, то кількість споживачів поки що зменшилась. Звичайним людям (ми не говоримо про компанії-забудовників), на жаль складно оплачувати будівельні товари, тому більшість з них вирішують відкласти ремонт в своїх домівках на потім, або ж темпи ремонтних робіт значно сповільнюються. Це зумовлено не лише підвищенням цін на матеріали, а і рівнем зарплат населення та політичної ситуації в країні.

Крім того є проблема недостатньої кількості кваліфікованих робочих, які б робили якісну роботу, але в сучасному світі не часто зустрінеш чудових майстрів, які знають свою справу. Чого не скажеш про зарплати, які вони просять за свої послуги. Ціна їх роботи інколи перевищує ціну матеріалів в декілька разів. Звичайно якщо говорити про великі компанії, які займаються будівництвом, то там зовсім інша ситуація. Вони заключають договори про

постачання будівельних матеріалів з різних підприємств, адже ресурси в цих компаніях значно більші ніж у звичайного українця.

З власного досвіду можу сказати, що не дивлячись на різні фактори, які можуть впливати на платоспроможність людей, вони все одно роблять ремонти. Чудовий тому приклад - мої батьки, які за рік зробили дві кімнати в домі не зважаючи на військовий стан, рівень зарплати та ціни на матеріали, вони витратили досить багато грошей, а все через те, що люди хочуть жити в комфорті та інколи міняти щось в своєму житті. Тому я впевнена, що ця ніша завжди буде користуватися попитом і триматиме стабільні позиції.

Асортимент і якість виробів будівельної індустрії визначають безпосередній вплив на технічні, естетичні переваги об'єкта та його довговічність.

Проблема підвищення загального рівня якості будівництва та архітектури безпосередньо пов'язана з поліпшенням якості будівельних матеріалів, виробів та конструкцій, впровадженням широкого асортименту нових ефективних матеріалів, які в повній мірі відповідають архітектурно-будівельним вимогам. Від правильного вибору будівельних матеріалів та конструкцій залежить не тільки фізична, а й моральна довговічність будівлі або споруди.

При цьому треба враховувати, що економічність проекту не завжди є доцільною, а на мою думку, якщо є можливість купити дорожчий, але значно якісніший товар, то краще так і зробити. Не можна економити на матеріалах для високоякісного оздоблення, коли від цього залежить довговічність та естетична виразність будівлі.

Адже є чудова приказка: “Жадібність фраєра згубила”, яка чудово описує цю ситуацію, коли людина хоче економити на якісних будівельних матеріалах, а через те що вони не так довго служать, йому через пару років потрібно буде ще раз робити ремонт і на це він витратить набагато більше грошей.

Основні вимоги споживачів до якості товарів наведені на рис 1.4.



Рис 1.4 - Основні вимоги споживачів до якості продукції, робіт та послуг

Низька якість будівельних матеріалів, які використовуються для захисних покриттів або обробки поверхні, може призвести до передчасного старіння або руйнування дорогих за вартістю конструктивних елементів, від яких залежить термін служби всієї будівлі. Довговічність будівель визначається довговічністю застосовуваних будівельних конструкцій і залежить від умов обслуговування, якості будівельно-монтажних робіт (ретельності виготовлення, взаємного сполучення конструкцій, технічних умов і правил виробництва, що набуті теорією та практикою будівництва) [7, с. 6].

Класифікуючи матеріали та вироби, потрібно пам'ятати, що вони мають володіти хорошими властивостями та якостями.

Властивість - характеристика матеріалу, що виявляється у його обробки, застосуванні чи експлуатації.

Якість - сукупність властивостей, що обумовлюють його здатність задовольняти певні вимоги

Вимоги до якості будівельних матеріалів визначається Національними Стандартами України, тому будь-яке підприємство повинне виготовляти свою продукцію згідно з цими положеннями. Інформацію про затвердження та

прийняття будівельних норм та нормативних документів національного рівня, змін до них, а також їх скасування публікують у Інформаційному бюлетені Мінрегіону України (офіційне видання Мінрегіону України, 12 випусків на рік, індекс - 74234).

Видання будівельних норм та нормативних документів національного рівня у галузі будівництва і промисловості будівельних матеріалів здійснює Державне підприємство «Укрархбудінформ», науково виробнича фірма «Інпроект» (за напрямком ціноутворення) та Український науково-дослідний центр економіки будівництва «Екобуд» (за напрямом економіки, організації управління та нормування праці) [6,с.6].

На сьогоднішній день існує надзвичайно велика кількість норм, тому перераховувати їх зараз було б нерозумно, адже завжди можна зайти в мережу інтернет та відкрити каталог будівельних норм та нормативних документів. До Каталогу включено інформацію про технічні комітети стандартизації та базові організації з науково-технічної діяльності у галузі будівництва та промисловості будівельних матеріалів, які здійснюють супровід будівельних норм або нормативних документів національного рівня, та вказано коди УКНД згідно з ДК 004:2008. Документи за кожним комплексом викладено у такій послідовності:

ДБН – державні будівельні норми України

СНиП – строительные нормы и правила (колишнього СРСР, чинні на території України)

СН – строительные нормы (колишнього СРСР, чинні на території України)

ДСТУ Б – національний стандарт України, прийнятий Центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері будівництва, містобудування та архітектури

СТ СЭВ – стандарт СЭВ (стандарт колишньої Ради Економічної Взаємодопомоги, чинний на території України)

Звичайно доцільно було б згадати про властивості будівельних матеріалів, які також впливають на якість товару, а саме:

Теплопровідність – властивість матеріалу передавати тепло від однієї поверхні до іншої.

Теплоємність – здатність матеріалу акумулювати тепло при нагріванні і виділяти тепло при остиганні.

Вогнестійкість – властивість матеріалу витримувати тривалий вплив високої температури (від 1580 оС), не розм'якшуючись і не деформуючись. Вогнестійкість – властивість матеріалу чинити опір дії вогню при пожежі протягом певного часу, залежить від здатності матеріалу спалахнути і горіти.

Неспалювані матеріали – це бетони, інші матеріали на основі мінеральних в'язучих, цегла, сталь та ін. Важкоспалювані під впливом вогню чи високої температури жевріють, але після припинення горіння і тління їх дія припиняється.

Знос – властивість матеріалу чинити опір одночасному впливу зношуючих і ударних навантажень. Показником зносу служить втрата маси зразка матеріалу у % від початкової.

Надійність – одна з основних комплексних властивостей матеріалу, що визначає його здатність виконувати свої функції протягом заданого часу й за даних умов експлуатації, зберігаючи при цьому в певних межах установлені характеристики. Основні значення надійності полягають у відмові або раптовому погіршенню властивостей матеріалу нижче рівня бракувального показника, яким обумовлена його працездатність.

Сумісність – це здатність різнорідних матеріалів, виробів або компонентів композиційних матеріалів, виробів і конструкцій утворювати міцні й надійні нероз'ємні з'єднання й стабільно виконувати при цьому необхідні функції протягом заданого часу [7, с. 6-7]

Всі ці ознаки враховуються при виготовленні якісної продукції.

1.3 Методика оцінки якості будівельних матеріалів

Ще в 1957 році А. Фейгенбаум запровадив таке поняття як комплексне управління якістю. Це така система, яка об'єднує різні підрозділи між собою, що відповідають за якість всіх товарів, які існують.

Головна ідея його підходу полягає в тому, що якість потрібно контролювати на всіх етапах виробництва, а не після того, як його вже зробили. Він запропонував доручити це завдання спеціальному відділу, який буде виконувати функцію контролю якості.

Була створена концепція загального контролю (Total Quality Control - TQC).

Основними завданнями цієї концепції були:

- усунення невідповідностей на стадії розробки;
- контроль якості готової продукції;
- контроль роботи служби сервісного обслуговування;
- контроль самого виробництва;
- слідкувати, щоб всі норми якості були дотримані [36].

Якість дуже вплинула на конкурентоспроможність і в кінцевому результаті поширилась на всю економіку. Все це сприяло раціональному використанню ресурсів. А от наслідки неналежної якості були такими:

- Економічні (втрата матеріальних ресурсів);
- Соціальні (незадоволені потреби споживачів та зниження добробуту);
- Екологічні (витрати на очищення навколишнього середовища та оздоровлення населення).

Управління якістю здійснюється в рамках менеджменту якості. Структурна схема менеджменту якості показана на рис 1.5.

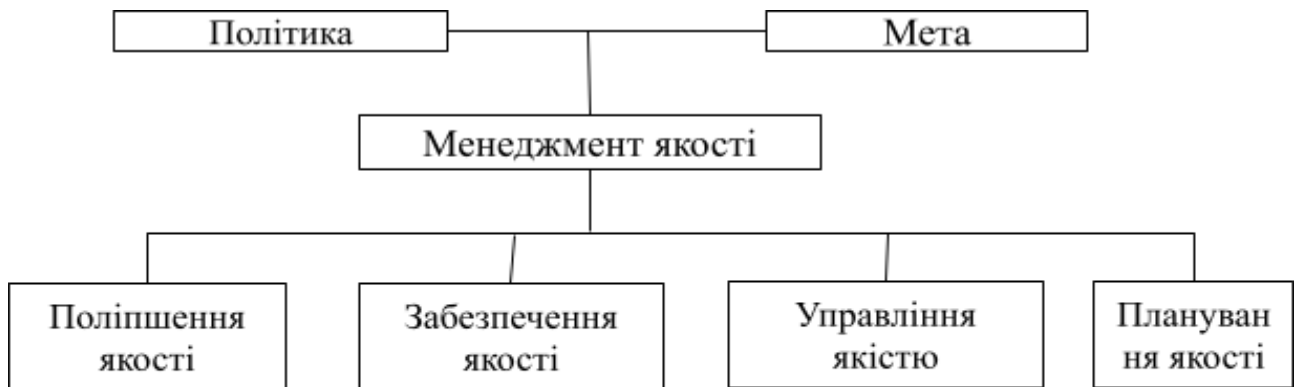


Рис 1.5- Структурна схема менеджменту якості

До основних факторів, які впливають на якість товарів відносять:

- виробничі (все, що потрібно для виготовлення товару);
- людські (знання та вміння персоналу);
- економічні (забезпечення грошима виробництва, та визначення собівартості, яка буде оптимальною).

Сучасні умови господарювання вимагають від усіх підприємств без виключення дотримання механізму управління якістю продукції. Головними елементами цього механізму, який допомагає бути конкурентоспроможним та постачати якісні товари на ринок є: стандартизація і сертифікація всього, що є на підприємстві.

Якщо простими словами то стандартизація це єдині правила, які застосовують для впорядкування діяльності на підприємстві або в якійсь окремій галузі.

Категорії стандартів поділяються на:

- Міжнародні стандарти ISO серії 9000;
- Державні стандарти України;
- Галузеві;
- Технічні умови;
- Стандарти підприємства;

- Стандарти науково-технічних та інженерних товарів [36, с. 21].

Сертифікація продукції - це документ, який затверджує, що товар є якісним та відповідає всім стандартам.

В усьому світі працюють над проблемою забезпечення якості. Методична основа цієї проблеми є “петля якості”, яка показана на рис 1.6 [36, с. 19].

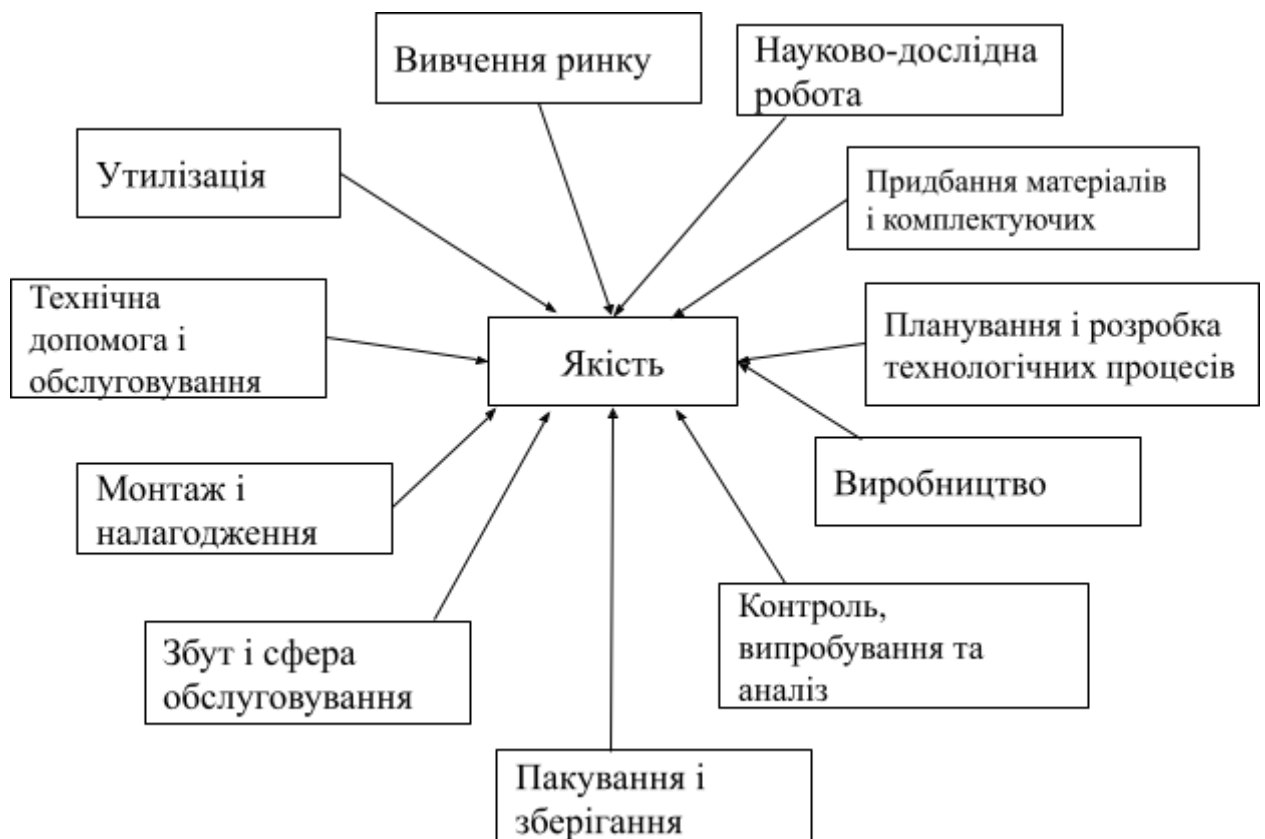


Рис 1.6 - Петля якості

Використання філософії TQM призводить до необхідності використання таких сучасних методів та інструментів:

1. Бенчмаркінг;
2. Just in Time(вчасно);
3. Система комплексного обслуговування устаткування (TPM - Total Productive Maintenance);
4. Методологія процесноорієнтованого управління (BPMS - Business Processmanagement System);

5. Методологія ABC/ABM(Activity Based Costing / Activity Based Management);
6. Управління знаннями (Knowledge Management);
7. BSC (Balanced Business Scorecard) система індикаторів ведення бізнесу [36, с. 65].

До складу інструментів контролю якості відносять такі методи:

- контрольний листок;
- Діаграма Парето;
- Причинно-наслідкова діаграма;
- Гістограма;
- діаграма розсіювання;
- контрольні карти;
- сертифікація [36, с. 67].

Принципи TQM:

1. Орієнтація організації на замовника;
2. Провідна роль керівництва;
3. Залучення співробітників;
4. Процесний підхід;
5. Системний підхід до управління;
6. Постійне поліпшення;
7. Мінімізація витрат, які пов'язані з неякісною роботою;
8. Відносини з постачальниками [36, с. 69].

Запровадити цю систему в Україні набагато складніше, ніж в інших європейських країнах, адже відношення до персоналу не як до односторонців, а як до підлеглих, а іноді як до рабів. Це видно, якщо поглянути на рівень зарплат та їх затримку.

Вчені, які досліджували перешкоди впровадження TQM відмітили п'ять найбільш складних:

- 1) брак часу, який потрібно приділити галузі якості;
- 2) слабкість внутрішніх комунікацій підприємства;

- 3) відсутність самостійності персоналу;
- 4) недостатня мотивація;
- 5) відсутність стратегічного планування.

Якщо взяти Україну, то процес сертифікації почався з 1994 року, коли прийняли стандарти ISO 9000, які назвали національними. Система якості на підприємстві не є обов'язковою, але вона дозволяє завоювати довіру споживачів та перевагу на ринку. Ця процедура є доволі дорогою та потребує впровадження великої кількості документації на підприємстві, тому на початку 1996 року таких підприємств було лише 6, а коли всі зрозуміли, що це чудова можливість для компанії їх стало близько 100 в 1999 році.

Якісна продукція це запорука успіху, але це задоволення потребує значних витрат. В таблиці 1.2 показана класифікація витрат за якістю.

Таблиця 1.2 - Класифікація витрат за якістю

Ознака класифікації	Класифікаційна група витрат
1	2
За цільовим призначенням	- на оцінку якості - на поліпшення якості - на забезпечення якості - на управління якістю
За економічним характером витрат	- поточні - одноразові
За видом витрат	- продуктивні - непродуктивні
За методом визначення	- прямі - непрямі
За можливістю обліку	- піддаються прямому обліку - непідвладні прямому обліку - витрати, які економічно недоцільно враховувати

Продовження таблиці 1.2

1	2
За стадією життєвого циклу	- на якість розробки - на якість під час виготовлення - на якість при експлуатації
За можливістю оцінки	- планові - фактичні
За характером структурування	- із підприємством - із виробництва - за видами продукції
За обсягами формування та обліку	- за продукцію - за процесами - над роботою - за послугами
За видом обліку	- оперативний - аналітичний - бухгалтерський - цільовий

В Україні роботи з сертифікації виконує УкрСЕПРО, діяльність якої контролює Держстандарт України. Вона здійснює такі види діяльності:

- сертифікація продукції;
- атестація виробництва;
- сертифікація системи якості;
- акредитація лабораторій;
- акредитація органів із сертифікації систем якості;
- атестація експертів, які контролюють всі види діяльності.

Очевидно, що система управління якістю є надзвичайно важливою, як для підприємства так і для країни в цілому. Це складний та затратний процес, але в сучасному світі не можна уявити підприємство (успішне), яке б було без системи якості. Від неї залежить ефективність виробництва і взагалі майбутнє фірми. Тож було б доцільно розглянути напрями та класифікацію ефективності підприємства.

Можна виділити такі основні напрямки, за якими визначається ефективність [10, с. 521].

1. Оцінювання ефективності виробництва з метою забезпечення найкращої стратегії управління. Завдяки цьому напрямку досліджується перш за все ефективність використання ресурсів на підприємстві.

2. Оцінювання ефективності підприємства на макрорівні з боку держави.

3. Оцінювання ефективності підприємства з метою визначення його привабливих сторін і в майбутньому як потенційного об'єкта інвестування. Таке оцінювання може здійснюватися самим підприємством, потенційним інвестором або ж незацікавленою організацією.

Розглянемо основні ознаки класифікації ефективності та її види відповідно до цих ознак: [11, с.87].

1. За наслідками отриманих результатів(соціальна, економічна та соціально-економічна).

2. За характером здійснюваних витрат(ефективність застосовуваних ресурсів та ефективність витрат) [13,с.89].

3. За видами господарської діяльності(ефективність виробничої, банківської, торговельної, страхової та інших видів діяльності).

4. За рівнем оцінювання(рівня суб'єкта та суспільства).

5. За умовами оцінювання(розрахункову, реальну та умовну).

6. За ступенем збільшення ефекту (мультиплікаційна та первісна ефективність).

7. За типом процесу(ефективність управління, ефективність інноваційної, інвестиційної, маркетингової та фінансової діяльності) [15, с.172].

8. За метою визначення(порівняльна та абсолютна ефективність).

Ефективність виробництва- це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили за певний період.

Класифікація ефективності виробництва за окремими ознаками показана в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 - Класифікація ефективності виробництва за окремими ознаками.

Класифікаційна ознака	Ефективність
1	2
Одержаний результат	-Економічна -Соціальна
Місце одержання ефекту	-Комерційна -Народногосподарська
Метод розрахунку	-Абсолютна -Порівняльна
Ступінь збільшення ефекту	-Первинна -Мультиплікаційна -Синергічна
Структура організації виробництва	-робочого місця -виробничої ділянки -підприємства в цілому
Тип економічного зростання виробництва	-Екстенсивного розвитку -Інтенсивного розвитку
Характер витрат	-Поточних витрат -Одноразових витрат
Об'єкт оцінки	-повна -часткова -чинникова

Виходячи з цього, виникає потреба конкретизувати напрямки дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, а саме:

- Технологія;
- Вироби;
- Устаткування;
- Працівники;

- Матеріали та енергія;
- Організація та система;
- Методи роботи;
- Стиль управління;
- Інфраструктура;
- Інституціональні механізми;
- Структурні зміни в суспільстві.

Тільки правильне використання всієї системи перелічених чинників та запровадження системи якості може забезпечити високі темпи зростання ефективності діяльності підприємства та переваги серед конкурентів.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В УМОВАХ ТОВ “КЛЕОС”

2.1 Забезпеченість ринку України будівельними матеріалами

З власного досвіду можу сказати, що ринок України заповнений надзвичайно різними будівельними матеріалами, але куди їх дівати це вже інше питання. Адже якщо ми поглянемо на ситуацію в будівельній сфері, то побачимо, що з кожним роком кількість будівельних робіт зменшується, що веде за собою менше використання будівельних матеріалів. Щоб ви краще розуміли ситуацію, я наведу кілька статистичних даних за останні роки.

Аналіз ринку будівельних матеріалів показав, що індекс споживчих цін в Україні протягом періоду який ми досліджували зберігався в рамках нормативного рівня, озвученого НБУ (5%) з коригуваннями по сезонності.

Схожа з ІСЦ ситуація демонструється в цінах промислових виробників в цілому і в категорії «Виробництво гуми, пластмас та інших неметалевих мінеральних виробів».

На ринку будівельних матеріалів обсяг будівельних робіт в 2020 році скоротився на 4,65% в гривні і на 1,35% в доларовому еквіваленті. Є дві основні причини. Перша - наслідки пандемії. Друга - банкрутство компанії Укрбуд, про який було оголошено восени 2019 року. У 2020 році було заморожено будівництво низки об'єктів дрібних забудовників, а в серпні було оголошено про неплатоспроможність банку Аркада, який повинен був фінансувати будівництво великих ЖК в Києві. Тому до кінця року очікується зниження до 7-8 відсотків. Через карантин кількість будівель, введених в експлуатацію, скоротилося на 32% в сегменті житлової та 19% в нежитлової нерухомості[4].

Індекс цін промислових виробників в Україні в 2019 - 2020рр., показаний на рис 2.1.



Рис 2.1 - Індекс цін промислових виробників в Україні за 2019 - 2020 рр.

Джерело: Дані державної служби статистики України.

Україна має надзвичайно родючі землі, які забезпечують виробництво будівельних матеріалів сировиною. Трохи точніше:

1) Скляна промисловість виготовляє віконне та технічне скло, для цього потрібен скляний пісок та польовий штат. Основні райони і центри де виготовляють скло- Артемівськ, Лисичанськ, Костянтинівка, Київ, Запоріжжя та Львів, це зумовлено споживчим та сировинним чинниками.

2) Цементна і азбестоцементна галузь виробляє за допомогою вапняка, крейди, мергеля, глини, опоки та азбесту. Центри виготовлення - Амбросіївка, Єнакієве, Кривий Ріг, Краматорськ, Балаклія та Миколаїв.

3) Виробництво залізобетонних і бетонних конструкцій - створює збірні залізобетонні та бетонні конструкції, для цього необхідно використати цемент, пісок, метал та залізобетон. Окремих центрів виробництва не має, адже виготовлення цих матеріалів відбувається на всій території України.

4) Виробництво нерудних будівельних матеріалів, ці матеріали дуже часто використовують, а саме: лінолеум, дахові матеріали, сантехніка з пластмаси і

т.д. В основному за сировину беруть відходи з інших виробництв та хімічну сировину. Центри виготовлення: Одеса, Виноградів, та Харків.

Компанія Pro-Consulting провела дослідження ринку залізобетонних виробів в Україні, в якому ми можемо бачити основні тенденції, ємність, динаміку і структуру ринку залізобетонних виробів в Україні. Ринок залізобетонних виробів в Україні характеризується тим, що залізобетон – один з найпоширеніших будівельних матеріалів.

Основними його компонентами є бетон та залізні конструкції по типу арматури. Вироби з такого матеріалу надзвичайно міцні та стійкі до зовнішнього впливу а ще довговічні, а доступність компонентів забезпечує низьку ціну. Враховуючи те, що цільове призначення залізобетонної продукції – це будівничі процеси, ринок залізобетону напряду пов'язаний з ринком будівництва. Тому попит на ці вироби залежить від успішності будівельного сектору.

Запровадження карантинних обмежень для боротьби з COVID-19 у 2020 році мало негативний вплив на галузь будівництва. Згідно з даними Державної служби статистики України за перші шість місяців з березня 2020 року обсяги будівництва в країні знизилися на 6% у порівнянні з періодом минулого року.

Найбільший спад спостерігається в сфері житлової нерухомості [18].

Варто зазначити, що уповільнення галузевих темпів будівництва викликано не лише наслідками пандемії COVID-19. Ще до введення карантинних заходів ряд провідних компаній-забудовників: «Укрбуд», «Аркада», «Stolitsa Group» - закрили частину своїх проєктів. Та в умовах кризи, викликаній коронавірусом, кількість функціонуючих забудовників продовжить зменшуватись, що потенційно знизить потребу в будівельних матеріалах.

Обсяги дорожнього виробництва у 2020 році, навпаки, зросли на 62,5% в порівнянні з 2019 роком [18].

Це чудова новина не лише для водіїв але і для виробників асфальтної продукції. Дивлячись на всю цю ситуацію у нас є надія на те, що коронавірус скоро зникне та економіка нашої держави буде підніматись і ситуація на ринку

будівельних матеріалів значно покращиться. В таблиці 2.1 показана динаміка розвитку окремих сегментів ринку будівельних матеріалів з 2015 по 2019 роки.

Таблиця 2.1 - Динаміка розвитку окремих сегментів ринку будівельних матеріалів у 2015-2019 рр.

Сегмент/рік	2015	2016	2017	2018	2019
Плитка керамічна	41,3	44,3	51,9	60,5	62,2
Цегла	2183,0	1109,0	1017,0	1164,0	1026,0
Цемент	14,9	9,5	9,5	10,6	9,8
Вапно	5128,0	4101,0	4241,0	4488,0	4415,0
Блоки з цементу	2077,0	1057,0	1297,0	1430,0	1455,0
Елементи конструкцій збірні	3792,0	1801,0	1901,0	2258,0	2082,0
Шифер	599,0	389,0	450,0	397,0	330,0
Ізоляційні матеріали	212,0	439,0	966,0	1597,0	1992,0
Всього:	14047,2	8949,8	9933,4	11405,1	11372,0

Це пов'язано з початковим етапом реалізації урядової програми «Велике будівництво». Взагалі програма створена для розбудови української інфраструктури та охоплює будівництво, реконструкцію та ремонт доріг, шкіл, дитсадків, відділень екстреної медичної допомоги та медичних амбулаторій, а також спорткомплексів. Постійне виділення коштів на будівництво певних типів будівель та доріг позитивно впливає на розвиток ринку залізобетонних конструкцій.

Сталеve виробництво, виготовлення сухих будівельних сумішей, утеплювачів, керамічної плитки та керамограніту, цегли, бетону та залізобетону, віконні технології та багато чого ще виготовляється в Україні і навіть

експортується в інші країни. Та розвиток цієї промисловості все одно не на дуже високий в порівнянні з іншими країнами, а все через те, що не вистачає ефективної, конкурентоздатної програми в центрі і на місцях. Не розробляють на не пропонують інвест проекти, які б могли стати доленосними для держави. Також в країні мало будують, особливо в маленьких містах та районах.

Основними проблемами ринку є:

- Висока залежність від будівельного сектору. Попит на залізобетонну продукцію на пряму пов'язаний з попитом на будівництво;
- Сезонність попиту на сировину та матеріали.
- Вплив зовнішніх чинників. Невизначеність в умовах пандемії COVID-19, ріст інфляційних ризиків негативно впливають на економіку країни в цілому, що відображається й на ринку;
- Загроза утворення монополії. ПБГ «Ковальська» протягом останніх років активно купує нові заводи. Збільшуючи обсяги охоплення ринку, холдинг потенційно може отримувати монопольну вигоду та здатність впливати на ціни.

Розглянувши ситуацію на ринку будівельних матеріалів в Україні, я можу зробити висновок, що вона не в найкращому стані, але і не критична.

Просто через те, що за останні роки в державі з'явився COVID-19 та економічна ситуація погіршилась, будівельні комплекси скоротили свої роботи, а попит на будівельні матеріали на пряму залежать від кількості будівництва в країні. Але будемо сподіватись, що в найближчий час економіка України піде вгору і будівництво зможе набрати нових обертів.

Плюс ми бачимо залежність від пори роки, адже зимою попит різко падає через складність проведення робіт та наявності Різдвяних свят, які несуть великі витрати. А щоб люди могли дозволити собі і подарунки на свята і ремонти в домівках потрібно підвищити рівень зарплат, що залежить від нашого президента та кабінета міністрів.

А ще, через те, що ПБТ "Ковальська" в останні роки почала скуповувати інші підприємства, веде до монополізації на ринку, а це означає підвищення цін і малий вибір торгових марок, що також зменшує попит.

Через всі ці проблеми потерпає будівельний ринок України, хоча він має надзвичайний потенціал, який ми можемо знищити своєю необхідністю та недосвідченістю.

2.2 Аналіз основних показників господарської діяльності ТОВ «КЛЕОС»

Товариство з обмеженою відповідальністю «КЛЕОС» займається виготовленням будівельних матеріалів та реалізацією їх в своїх фірмових магазинах.

Під час виконання своєї діяльності підприємство використовує нормативні акти та закони України, а також внутрішніми документами, які ніяк не суперечать законодавству.

Безпосередніми конкурентами ТОВ «КЛЕОС» є всі підприємства, що виробляють таку ж продукцію в Україні. Зараз на ринку будівельних матеріалів працюють близько 29,6 тис. підприємств.

Позиція компанії на даний момент є достатньо високою, «КЛЕОС» має значну конкурентну перевагу на українському ринку, що і пояснює бажання керівництва компанії підкорювати нові вершини і завойовувати перевагу на міжнародному ринку. А як ми розуміємо такі плани є вигідними не тільки для самої компанії, а для країни в цілому, бо такі якісні показники, що ставить за ціль «КЛЕОС», привертають увагу світової спільноти, піднімають імідж та збільшують довіру до України як якісного виробника.

Основними конкурентами ТОВ «КЛЕОС» є всі будівельні підприємства України, а також закордонні. Наприклад, ПрАТ ХК "Київміськбуд", Будівельна Компанія "Інтергал-Буд" та ТОВ «А.В.С». Також можна зазначити, що український ринок будівельних матеріалів є досить різноманітним та насиченим.

Основною метою підприємства є задоволення потреб споживачів в якісній та доступній продукції.

Цілями підприємства є:

- збільшення рівня якості продукції;
- розширення своїх меж на внутрішньому та зовнішньому ринку;
- максимізація прибутку;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- мінімізація витрат на сировину та матеріали;
- створення товару за всіма стандартами;
- впровадження новітніх технологій у виробництві.

Схема організаційної структури управління досліджуваного підприємства показано на рис 2.1.



Рис. 2.2 - Схема організаційної структури управління ТОВ “КЛЕОС”

SWOT-аналіз - це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формування і вибору стратегій підприємства [22].

Коли ми проводимо SWOT-аналіз ми відразу ставимо собі за мету дослідження, які охоплюють оцінку слабких та сильних сторін підприємства та оцінку його можливостей та загроз в майбутньому.

Можливості це те, що дає змогу підприємству в майбутньому покращити технологію виробництва або ж випустити нову продукцію чи звернути увагу нових клієнтів на свою фірму.

А от загрози можуть завдати шкоди компанії і навіть зруйнувати імідж, який напрацьовувався багато років.

Завдяки SWOT-аналізу ми можемо здійснити вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища компанії.

Коли я говорю зовнішнє середовище, я маю на увазі всі фактори, що виникають в цьому середовищі незалежно від того, що робить компанія.

Будь-яке підприємство, без виключення має своє зовнішнє середовище , що охоплює багато різних факторів, які впливають на компанію не лише в теперішньому, а й в майбутньому періоді.

Давайте розглянемо, що саме включає в себе це середовище:

- джерела постачальників, сировини та матеріалів;
- конкуренти(вітчизняні та закордонні);
- споживачі.

Якщо SWOT-аналіз проведено правильно, ви зрозумієте:

- чи всі ресурси компанії задіяні в повну силу;
- які переваги має компанія;
- які сильні сторони можуть стати перевагами і що для цього потрібно зробити;
- які з наявних можливостей допоможуть розвитку компанії;
- які загрози є критичними — зараз чи у майбутньому, як їх уникнути.

Після проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища можемо визначити сильні та слабкі сторони ТОВ «КЛЕОС», можливості та загрози підприємства.

SWOT-аналіз компанії представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - SWOT аналіз підприємства

Сильні сторони : - висока репутація фірми; -лідер на ринку будівельних матеріалів України; -постійно оновлюється асортимент; -потужна фінансова база; -високий ступінь технічної оснащеності підприємства; -стабільний купівельний попит; -вихід на ринки багатьох країн; -успішні заходи по просуванню продукції; -систематичний аналіз споживчих переваг; -чітко організована структура корпорації; -широка збутова мережа на території країни -конкурентоспроможний рівень якості та цін продукції.	Слабкі сторони : -мала популярність торгової марки за кордоном; - нестабільний рівень цін на сировину; -недостатньо кваліфікований персонал; - висока собівартість продукції; -дорогий процес просування нових виробів.
Можливості: - ослаблення законодавчих обмежень; - проникнення на нові ринки; -зниження торговельних бар'єрів при виході на зовнішній ринок; - підвищення продуктивності на підприємствах; -позитивна зміна курсу національної валюти -розширення частки ринку	Загрози: -досить сильні конкуренти; -недобросовісна конкуренція; -нерозвинена торгова інфраструктура; -неповернення ПДВ; - зростання частки імпорту в загальному обсязі продажів

Провівши SWOT-аналіз ТОВ «КЛЕОС», можна стверджувати, що проблемною точкою для підприємства є висока собівартість продукції. Але підприємство має достатньо кількість фінансових ресурсів, для того щоб покращити своє становище. Стратегія ТОВ «КЛЕОС» полягає в тому, щоб за допомогою операційної системи виробляти продукти, які можуть повністю

задовольнити потреби споживачів . Щоб стратегія була ефективною, ми повинні визначити можливості економічної системи та цілі підприємства [23].

Компоненти бізнесу, цілі та операційна стратегія підприємства та їх досягнення показані в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 - Компоненти бізнесу, цілі та операційна стратегія підприємства їх досягнення.

Компоненти бізнесу	Ціль	Стратегія
Ринок	Підвищити продажі на 25%	Проведення маркетингової діяльності та вихід на нові ринки
Виробництво	Покращити якість продукції і якість сервісного обслуговування,	Запровадження автоматизованої системи контролю якості
Персонал	Підвищити кваліфікацію персоналу та покращити настрій в колективі	Організація тренінгів та стимулювання робітників
Гроші	Покращити співвідношення між власним капіталом і запозиченим	Залучення інвесторів
Охорона навколишнього середовища	Зменшити вплив виробництва на навколишнє середовище	Впровадити нові технології
Цінова політика	Зменшити ціну продукції на 5% Пошук постачальників більш дешевої сировини	Нарощувати обсяги виробництва і реалізації

Щоб виробничо-господарська діяльність підприємства була завжди стабільною, керівники повинні правильно вкладати фінансові ресурси в активи. Наступним кроком буде визначення структури майна та його динаміку табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - Аналіз складу майна ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Всього майна (валюта балансу)	705080	659017	793915	-46063	134898	-6,53	20,47
необоротні активи	603036	576387	701314	-26649	124927	-4,42	21,67
оборотні активи	102044	82630	92601	-19414	9971	-19,03	12,07
запаси	8512	8856	8029	344	-827	4,04	-9,34
дебіторська заборгованість	92001	71252	51544	-20749	-19708	-22,55	-27,66
кошти та їх еквіваленти	220	130	6723	-90	6593	-40,91	5071,54

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

З таблиці 2.3 можемо зробити висновок, що вартість майна станом на 2018 рік у розпорядженні підприємства становила 659 017 тис. грн., тобто зменшилась на 6,5%, а у 2019 році порівняно з попереднім збільшилась на

20,5%. Ці зміни відбулись за рахунок: - збільшення необоротних активів на 21,7%; - збільшення оборотних активів на 12,1%. Щодо структури оборотних активів, то їх збільшення у 2019 році відбулося за рахунок накопичення коштів та їх еквівалентів на підприємстві до 6 723 тис. грн. Проте в той же час у 2019 році зменшилась дебіторська заборгованість на (27,7%) та запаси на (9,34%).

Відповідно у 2018 році зменшення оборотних активів відбулося за рахунок зниження дебіторської заборгованості на 22,6%, а також зменшення коштів та їх еквівалентів на 40,9%. Таким чином, виробничо-господарська діяльність досліджуваного підприємства на високому рівні. Аналіз фінансово-економічного стану досліджуваного підприємства потрібно почати з проведення структурно-динамічного аналізу джерел формування активів підприємства, які вкладено в майно підприємства табл. 2.4.

Таблиця 2.4 Аналіз пасивів підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Капітал разом	1060868	1070350	1075884	9482	5534	0,89	0,52
Власний капітал, у т.ч	530434	535175	537942	4741	2767	0,89	0,52
Зареєстрований (пайовий) капітал	175833	175833	175833	0	0	0	0
Резервний капітал	3904	4455	4651	551	196	14,11	4,40
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350697	354887	357458	4190	2571	1,19	0,72
Позиковий капітал, у т.ч							
Відстрочені податкові зобов'язання	43652	36932	33656	-6720	-3276	-15,39	-8,87

Продовження таблиці 2.4

Інші довгострокові зобов'язання	0	0	170318	0	170318	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	109809	67990	25983	-41819	-42007	-38,08	-61,78
розрахунками з бюджетом	8611	3859	3410	-4752	-449	-55,19	-11,64
розрахунками зі страхуван	1534	1879	2328	345	449	22,49	23,90
Поточні забезпечення	4187	4672	7253	485	2581	11,58	55,24
Інші поточні зобов'язання	636	1587	4414	951	2827	149,53	178,13

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Протягом 2017-2019 років відбувається невелике зростання капіталу підприємства: у 2018 році порівняно з 2017 роком на 9 482 тис. грн., а у 2019 році порівняно з 2018 – на 5 534 тис. грн. Зростання капіталу відбулося за рахунок зростання власного капіталу (на 4 741 тис. грн. у 2018 році та на 2 767 тис. грн. у 2017 році відповідно), резервного капіталу (на 551 тис. грн. у 2018 році порівняно з 2017 роком, та на 196 тис. грн. у 2019 році,), а також за рахунок нерозподіленого прибутку (на 4 190 тис. грн. у 2018 році та на 2 571 тис. грн. у 2019 році).

В структурі довгострокових зобов'язань щороку знижуються відстрочені податкові зобов'язання: у 2018 році порівняно з 2017 роком знизились на 6 720 тис. грн., а у 2019 році порівняно з 2018 роком на 3 276 тис. грн. Щодо інших довгострокових зобов'язань, то у 2019 році вони з'явилися у розмірі 170 318 тис. грн.

У структурі поточної кредиторської заборгованості зменшилися заборгованості за товари, роботи та послуги (на 41 819 тис. грн. у 2018 році порівняно з 2017 роком, та на 42 007 тис. грн. у 2019 році), за розрахунками з

бюджетом (на 4 752 тис. грн. у 2018 році порівняно з 2017 роком, та на 449 тис. грн. у 2019 році.). Проте зросла заборгованість підприємства за розрахунками зі страхування – на 345 тис. грн. у 2018 році, та на 449 тис. грн. у 2019 році порівняно з попереднім. Також значно зросли інші поточні зобов'язання – на 951 тис. грн. у 2018 році порівняно з 2017 роком, а у 2019 році – на 4414 тис. грн.

Проаналізувавши пасиви підприємства ТОВ «КЛЕОС», можна зробити висновок, що основним джерелом формування майна підприємства є власний капітал. Далі зробимо аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства, а також визначимо чистий оборотний капітал табл. 2.5.

Таблиця 2.5 Аналіз показників ліквідності підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн.

Показники	Нормативне значення	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
		2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,5-2,0	0,78	0,95	1,78	0,17	0,83	22,05	87,31
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,7-1,5	0,71	0,85	1,63	0,13	0,78	18,88	91,60
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,1-0,2	0,0017	0,0015	0,1293	-0,0002	0,128	-10,94	8543,60
Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-	-28950	-4280	40602	24670	44882	85,22	1048,64

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Дивлячись на розрахунки можу сказати, що коефіцієнти покриття та швидкої ліквідності зростають з кожним роком все більше. Коефіцієнт покриття характеризує здатність фірми покрити короткострокові зобов'язання своїми оборотними активами, і як ми бачимо у підприємства високий показник у 2019 році – 1,78, порівняно з 2017 та 2018 роками, де значення було значно нижче за нормативне – 0,78 та 0,95 відповідно.

Коефіцієнт швидкої ліквідності - це індикатор, який показує можливість компанії вчасно закрити свої короткострокові зобов'язання за допомогою найбільш ліквідних активів, його значення можна вважати нормальним якщо перевищує 0,5, тому можемо зробити висновок, що компанія чудово справляється з погашенням поточних зобов'язань, тому, що в 2017 році це значення було 0,71 і з кожним роком воно лише збільшувалось. Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності показує нам, яка частина короткострокових позикових зобов'язань може бути негайно погашена, якщо це необхідно. Як ми бачимо у 2017 році цей показник менший за норму і складає 0,0017, тому підприємство не зможе погасити заборгованість. Лише в 2019 році це значення досягло норми, а це свідчить про те, що фірма навчилася керувати своїми фінансовими ресурсами ефективніше в порівнянні з попередніми роками.

Чистий оборотний капітал дорівнює різниці між поточними активами та поточними пасивами. Цей показник показує кількість оборотного капіталу, вільного від поточних фінансових зобов'язань. У 2017 та 2018 роках величина показника була від'ємною, що говорить про неспроможність підприємства вчасно розраховуватись за своїми поточними зобов'язаннями. Проте у 2018 році величина чистого оборотного капіталу збільшилась і це свідчить, що політики управління оборотними активами покращилась. Вже у 2019 році величина чистого оборотного капіталу становить 40 602 тис. грн. і це означає, що підприємство може виплатити короткострокові фінансові зобов'язання за рахунок оборотних активів. Тобто підприємство значно покращило свої позиції.

Всі вищеперечисленні коефіцієнти ліквідності зростають з кожним роком, що свідчить про наявність вільних коштів, а тому, підприємство має високу мобільність управління і зможе швидко реагувати в кризових ситуаціях. Наступним кроком буде дослідження джерел фінансування, напрямів фінансування та управління фінансами. Результати розрахунків наведені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 - Джерела фінансування діяльності підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн

Показники	Роки		
	2017	2018	2019
Власний капітал, тис. грн.	530434	535175	537942
Необоротні активи, тис. грн	603036	576387	701314
Власні обігові кошти, тис. грн.	-28950	-4280	40602
Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	43652	36932	203974
Короткострокові зобов'язання підприємства, тис.грн	130994	86910	51999
Кво (наявність власного оборотного капіталу)	-72602	-41212	-163372
Кп (наявність перманентного капіталу)	-28950	-4280	40602
Загальна величина капіталу для формування запасів затрат, тис. грн.	102044	82630	92601
Трикомпонентний показник типу фінансової стійкості	{0, 0, 1}	{0, 0, 1}	{0, 1, 1}
Тип фінансової стійкості	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан	Нормальна стійкість

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

З розрахованих показників можна зробити висновок, що компанія потребує залучення додаткових коштів, адже у 2017 - 2018 роках її становище було нестійке, але в 2019 році ситуація покращилась і підприємство збільшило ефективність використання фінансових ресурсів. Аналіз фінансової стійкості підприємства показаний в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 -Аналіз показників фінансової стійкості підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн.

Показники	Нормативне значення	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
		2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності)	> 0,6	0,75	0,81	0,68	0,06	-0,13	7,95	-16,56
Коефіцієнт фінансової залежності	< 2,0	1,33	1,23	1,48	-0,10	0,24	-7,36	19,85
Коефіцієнт фінансового ризику	< 1,0	0,33	0,23	0,48	-0,10	0,24	-29,72	105,63
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,1 і вище	-0,05	-0,01	0,08	0,05	0,08	-85,35	-1043,77
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	0,1 і вище	-0,71	-0,50	-1,76	0,21	-1,27	-29,90	253,73
Коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень	-	0,07	0,06	0,29	-0,01	0,23	-11,48	353,91
Коефіцієнт фінансового левериджу	-	0,08	0,07	0,38	-0,01	0,31	-16,14	449,46

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ«КЛЕОС».

Аналізуючи дані табл. 2.7 ми бачимо, що коефіцієнт фінансової незалежності досить високий 0,75 у 2017 році. Це свідчить, що підприємство може профінансувати 75% активів лише за рахунок власного капіталу, тобто компанія є платоспроможною.

В 2018 році цей показник став ще більшим на 8% і складав 0,81, але в 2019 році він значно впав і став на 7% нижчий ніж в 2017 році, тобто складав 0,68. Це показує нам, що підприємство ризикує і відбувається певне зниження фінансової стійкості.

Але панікувати зарано, адже не дивлячись на те, що показник 2019 року значно менший ніж в 2017, його значення всеодно знаходиться в межах норми.

Так, фінансова залежність ТОВ «КЛЕОС» у 2018 році знизилась і на кожну гривню власних коштів припадає 1,23 грн., фінансових результатів. Щодо 2019 року, то значення показника зросло до 1,48.

Щодо коефіцієнта фінансового ризику, то у 2017 на одну гривню вкладену у власний капітал підприємства припадає 0,33 гривні позикових грошей.

Наступного року це значення стало краще і складало 0,23, але в 2019 році на 1 гривню припадало вже 0,48 гривень позикових коштів, що свідчить про залежність фірми від позикових коштів, яка в 2019 році значно посилилась.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує нам, яка частина власного оборотного капіталу перебуває в обороті, що в подальшому дає можливість вільно маневрувати цими грошима.

Як ми бачимо в 2017 - 2018 роках це значення від'ємне, це говорить про зниження фінансової стійкості, та означає що власний капітал фінансує необоротні активи, а щоб профінансувати оборотні активи компанія мусить звернутись до позикових джерел.

В 2019 році ситуація трішки покращилась, та на жаль досягти норми не змогла і складала лише 0,08, тому можемо впевнено говорити, що підприємство є залежним від позикових коштів.

Крім того, у 2019 році значення показника значно погіршилось – з - 0,5 до -1,8. Це говорить про те, що компанія не може сформувати власний оборотний

капітал, бо немає достатньої кількості ресурсів для довгострокового фінансування.

Значення коефіцієнта структури покриття довгострокових вкладень показує, що у підприємства посилюється залежність від зовнішніх інвесторів, тобто все більша частина основних засобів та інших необоротних активів фінансується за рахунок позикових коштів, а не власних.

Тож після проведення аналізу фінансової стійкості підприємства ТОВ «КЛЕОС», ми бачимо, що починаючи з 2017 і по 2019 роки фінансова стійкість та стабільність компанії значно погіршилась.

Підприємство будівельних матеріалів стає більш залежною від позикових коштів, воно може розпоряджатися лише незначною часткою власних коштів для ведення господарської діяльності.

Наступним кроком є проведення аналіз ділової активності підприємства табл. 2.8.

Таблиця 2.8 Аналіз показників ділової активності підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки, тис. грн

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,48	0,44	0,48	-0,04	0,05	-8,64	10,80
Коефіцієнт оборотності запасів	24,79	23,52	27,06	-1,27	3,54	-5,13	15,03
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1,29	1,98	3,78	0,68	1,80	52,69	91,18

Продовження таблиці 2.8

1	2	3	4	5	6	7	8
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	278,31	182,28	95,34	-96,04	-86,94	-34,51	-47,69
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,15	2,85	4,22	-0,30	1,38	-9,64	48,34
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	114,29	126,49	85,27	12,20	-41,22	10,67	-32,59

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Коефіцієнт оборотності власного капіталу залишається стабільним, та ефективність управління власним капіталом майже не змінюється. Щодо коефіцієнта оборотності запасів, то у 2019 році порівняно з 2018 роком значення показника зросло, що свідчить про безперебійність процесу виробництва та збуту товарів, а це і є ефективне управління запасами.

Протягом 2017-2019 рр.. значення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості значно зросло: з 1,29 у 2017 році до 3,78 у 2019 році. Тому я зробила логічний висновок, що підприємство набагато відповідальніше ставиться до погашень своїх зобов'язань перед постачальниками.

Щодо коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, то в динаміці можемо спостерігати, що протягом, а протягом 2018-2019 рр.. показник збільшився, а це означає, що у 2018 році компанія все ж таки скорегувала політику управління дебіторською заборгованістю і вже в 2019 році отримала результат. Тому, провівши аналіз можемо зробити висновок, що фінансово економічний стан ТОВ «КЛЕОС» знаходиться на доволі хорошому рівні.

Для всіх промислових підприємств дуже велике значення має організація операційної діяльності, яка є головною в діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Аналізуючи цю діяльність потрібно показати виробничу структуру підприємства рис. 2.1.

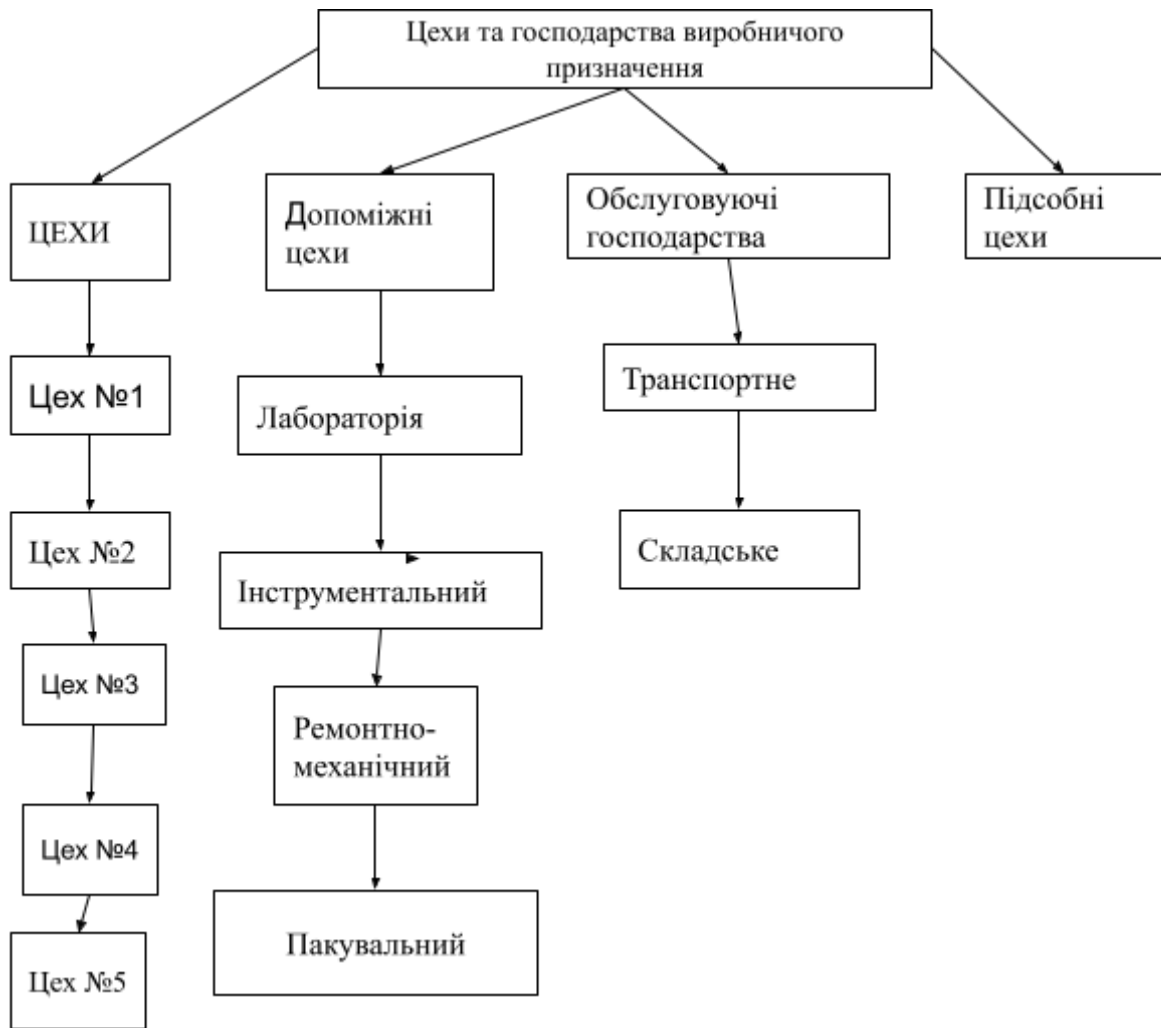


Рис 2.1 - Виробнича структура ТОВ «КЛЕОС»

ТОВ «КЛЕОС» регулярно проводить наради де керівники цехів та проектів, а також менеджери доповідають про стан поточних завдань та процес їх виконання. На цих нарадах ретельно розглядаються всі проблеми, які виникли в ході процесу. Керівники слідкують за правильністю виконання всіх норм якості виготовленої продукції та коригують роботу персоналу, якщо це потрібно.

В кожному цеху розміщені технологічні схеми виробництва продукції згідно затвердженого асортименту, що дозволяє працівникам підтримувати належний рівень якості будівельних матеріалів, а також відповідально відноситись до своїх функціональних обов'язків.

Дослідження показали, що дотримання технологічного процесу виробництва будівельних матеріалів підтверджується відповідними даними, які заносяться в технологічні журнали майстрами та інженерами-технологами підприємства, а згодом і контрольною перевіркою всієї партії. Основні вимоги, які стосуються виготовлення будівельних матеріалів знаходяться в національних і міжнародних стандартах. Підприємство виконує їх, адже невиконання цих стандартів несе за собою неприємні покарання.

Відповідність стандартам - регламентований споживчий параметр, порушення якого зводить конкурентоспроможність та якість товару до нуля. На підприємстві діє лабораторія, кілька технологів, лаборантів, які здійснюють постійний контроль, за якістю виготовленої продукції, а також дотримання її діючим стандартам.

У кожній країні існує своя система стандартизації товарів, що відповідає ступеню розвитку національної економіки, науки, техніки і технологій. В Україні діє своя система стандартизації, але на жаль вона ще не набула європейських мірок [24]. Однією з найважливіших складових фінансового аналізу є оцінка показників рентабельності підприємства. Показники рентабельності показують ефективність виробництва. Аналіз показників рентабельності підприємства наведено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9 Аналіз показників рентабельності підприємства
ТОВ«КЛЕОС» за 2017-2019 роки

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
1	2	3	4	5	6	7	8

Продовження таблиці 2.9

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт рентабельності активів	1,48	0,57	0,38	-0,91	-0,19	-61,18	-33,69
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	2,10	0,74	0,52	-1,36	-0,22	-64,97	-29,86
Коефіцієнт рентабельності діяльності	4,40	1,69	1,07	-2,71	-0,62	-61,65	-36,70
Коефіцієнт рентабельності продукції	16,07	13,75	13,48	-2,33	-0,26	-14,49	-1,92
Коефіцієнт рентабельності продажу	4,40	1,69	1,07	-2,71	-0,62	-61,65	-36,70

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Щоб визначити ефективність вкладення грошей у підприємство та раціональність їх використання, нам достатньо провести аналіз рентабельності підприємства. Показник рентабельності активів показує ефективність використання активів компанії для отримання прибутку. Значення цього показника у підприємства з кожним роком зменшується – у 2017 році становив 1,48%, а у 2019 році становив 0,38%. Це означає, що у 2019 році на кожну гривню використаних активів отримали 0,38 копійок чистого прибутку. Тобто ми бачимо, що ситуація погіршилась і процес управління підприємством став не таким ефективним.

Щодо показника рентабельності власного капіталу, то його значення теж з кожним роком падає, що свідчить про зниження ефективності використання власного капіталу. Значення коефіцієнта рентабельності діяльності протягом 2017-2019 рр.. теж знизилось: у 2017 році значення становило 4,40%, а у 2019 році знизилось і становить 1,07%.

Зниження цього коефіцієнта свідчить про погіршення ефективності господарської діяльності підприємства. Якщо поглянути на значення коефіцієнта рентабельності продажу бачимо, що у 2017 році з кожної гривні проданої продукції підприємство отримало 4,4 гривні операційного прибутку. Вже у 2018 році значення цього показника знизилось на 62%. Це свідчить про те, що сума, яка залишається в підприємства після покриття собівартості продукції, з кожним роком стає меншою.

Для оцінки організації операційної діяльності потрібно провести аналіз використання основних засобів таблицях 2.10 - 2.11.

Таблиця 2.10 Аналіз показників використання основних засобів підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Коефіцієнт обороту основних фондів	0,48	0,55	0,54	0,07	-0,01	14,50	-2,71
Коефіцієнт зростання	0,86	0,96	1,22	0,10	0,26	11,75	27,30
Коефіцієнт вибуття	0,14	0,04	-0,22	-0,10	-0,26	-69,45	-590,46
Коефіцієнт оновлення	-0,17	-0,05	0,18	0,12	0,22	-72,66	-486,28
Коефіцієнт зношення	0,52	0,56	0,49	0,04	-0,08	8,01	-13,38
Коефіцієнт вибуття зношених основних фондів	0,48	0,44	0,51	-0,04	0,08	-8,79	17,37

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

З розрахованих показників можемо зробити висновок, що значення показника коефіцієнту обороту основних фондів збільшується, що говорить про покращення ефективності використання основних засобів.

Щодо коефіцієнту зростання, то можна стверджувати, що у 2019 році значно зросла частка оборотних засобів на кінець року порівняно з початком, тобто з кожним роком кількість оборотних фондів підприємства збільшується.

Значення коефіцієнта вибуття показує, що у 2017 році вибуло основних фондів у розмірі 14% від загальної суми основних засобів, а у 2019 році до підприємства надійшли основні засоби у розмірі 22%.

Щодо коефіцієнта оновлення, то там ми бачимо, що тільки в 2019 році значення стало краще. Це говорить про те, що компанія покращила роботу з надходженням та вибуттям основних фондів.

Динаміка коефіцієнту зношення свідчить, що у 2018 році значення коефіцієнта збільшилось, що вказує на збільшення зношених основних фондів, проте вже у 2019 році показник знизився, логічно, що кількість зношених основних засобів також зменшилась.

Таблиця 2.11 Аналіз показників використання основних засобів підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2017-2019 роки.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2017/18	2018/19	2017/18	2018/19
Коефіцієнт інтенсивного використання обладнання	0,87	0,92	0,88	0,05	-0,04	5,75	-4,35
Коефіцієнт екстенсивного використання обладнання	0,96	0,91	0,93	-0,05	0,02	-5,21	2,20
Фондовіддача	0,78	0,69	0,69	-0,09	0,00	-11,54	0,00
Фондомісткість	1,28	1,45	1,45	0,17	0,00	13,04	0,00
Фондоозброєність	1213,25	1185,2	1312,2	-27,97	126,92	-2,31	10,71

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

З таблиці 2.11 можемо зробити висновок, що підприємство ефективно використовує своє обладнання, тому що коефіцієнти інтенсивного та екстенсивного використання обладнання мають високі значення. Значення показника фондівдачі свідчить, що на кожен гривню фінансових ресурсів вкладено в основні фонди припадає у 2017 році 0,78 грн. виробленої продукції, у 2018 та 2019 роках значення показника погіршилось (до 0,69), що свідчить про падіння ефективності використання основних засобів.

Проаналізувавши фондоозброєність підприємства ми побачили, що кожного року ця ефективність збільшується. Таким чином організація операційної діяльності підприємства на належному рівні.

Основною ознакою, яка показує результат ефективності операційної діяльності є чистий дохід, тому нам просто необхідно розглянути вплив собівартості, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат саме на цей показник. Для того щоб дослідити якісну та кількісну оцінку внутрішніх та зовнішніх взаємозв'язків між чистим доходом від реалізації продукції та обраними факторами слід використати кореляційно-регресійний аналіз. Основна мета аналізу полягає в дослідженні наявних статистичних даних між ознаками, а також наявності та щільності взаємозв'язку після розрахунку коефіцієнтів кореляції. Вихідні дані для проведення аналізу представлено у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 Основні фінансові показники діяльності підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2014-2019 рр.

Показники	Роки					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7

Продовження таблиці 2.12

1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	683190	497620	294354	250516	232312	259205
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	625603	455952	256178	215823	204239	228412
Адміністративні витрати, тис. грн.	26157	25468	20597	22385	23404	25662
Витрати на збут, тис. грн.	7131	5200	2930	3416	3043	3503
Інші операційні витрати, тис. грн.	13775	18676	8213	90009	46008	28719

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Щоб виявити основні фактори, які впливають на чистий прибуток підприємства, потрібно провести кореляційний аналіз окремих фінансових показників діяльності підприємства. Для його проведення використано MS Excel, результати представлено у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 Результати кореляційного аналізу прибутковості підприємства ТОВ «КЛЕОС»

Показники	Чистий дохід	Собівартість реалізації продукції	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші операційні витрати
Чистий дохід	1				
Собівартість реалізованої продукції	0,999	1			
Адміністративні витрати	0,606	0,617	1		
Витрати на збут	0,979	0,980	0,712	1	
Інші операційні витрати	-0,510	-0,512	-0,254	-0,382	1

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Для того щоб ми змогли позбутися явища мультиколінеарності слід усунути показник «витрати на збут». Завдяки шкалі Чеддока ми можемо показати характеристику, яка представлена у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 - Характеристика тісноти зв'язку чистого доходу із факторними ознаками

Показник	Собівартість реалізації продукції	Адміністративні витрати	Інші операційні витрати
Чистий дохід	дуже тісний	помітний	помітний

За результатами кореляційного аналізу можна зробити висновок, що між чистим доходом та собівартістю реалізованої продукції спостерігається дуже тісний зв'язок. Тому логічно те, що на чистий дохід найбільший вплив має собівартість реалізованої продукції. Результати регресійного аналізу показані в таблиці 2.15.

Таблиця 2.15 Результати регресійного аналізу

Показник	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95%	Верхні 95%
Чистий дохід	48737,68	20081,12	2,43	0,14	-37664,43	135139,78
Собівартість реалізації продукції	1,07	0,01	80,52	0,00	1,01	1,13
Адміністративні витрати	-1,46	0,93	-1,57	0,26	-5,44	2,53
Інші операційні витрати	0,02	0,06	0,40	0,73	-0,24	0,29

За результатами регресійного аналізу, факторні ознаки впливають на результат адже Р-значення менше 0,5.

Оцінка статистичної значимості параметрів регресії здійснюється за допомогою t-критерія, при значеннях t-статистики, які менші t-табл. Отже, собівартість (a1), адміністративні витрати (a2) та інші операційні витрати (a3) є випадковими.

Рівняння множинної регресії має вигляд:

$$y = 48737,68 + 1,07 x_1 - 1,46 x_2 + 0,02 x_3$$

Виходячи з рівняння ми бачимо наступне:

-якщо собівартість продукції зросте на одиницю, то чистий дохід зросте на 1,07 од;

-при збільшенні адміністративних витрат на одиницю, чистий дохід зменшиться на 1,46 од.;

-при зростанні інших операційних витрат на одиницю, чистий дохід збільшиться на 0,02 од.. Регресійна статистика подана в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16 - Регресійна статистика

Множинний R	0,9999
R- квадрат	0,9998
Нормований R-квадрат	0,9996
Стандартна помилка	3562,54
Спостереження	6

Тож скорегований коефіцієнт детермінації $R^2 \sim 0,9996$, а це означає, що зміна результативної ознаки на 99,96% зумовлена зміною факторних.

Проаналізувавши ТОВ «КЛЕОС» можемо сказати, що становище підприємства є доволі неоднозначним. Аналіз пасивів підприємства показав, що основне джерело формування майна компанії – це власний капітал, а не

позикові кошти. Проаналізувавши ліквідність ми дізнались, що підприємство здатне забезпечити свої короткострокові зобов'язання за рахунок оборотних коштів, а також не має проблем з погашенням своїх поточних зобов'язань.

Також в 2019 році підприємство покращило політику ефективності розпорядження фінансовими ресурсами.

За рахунок того, що з кожним роком коефіцієнти ліквідності зростають, підприємство досить мобільне і може швидко реагувати на кризові ситуації.

Зростання ефективності використання фінансових результатів. Виходячи з цього, прибутковість виробничої діяльності компанії теж зростає.

Щодо аналізу показників ділової активності, то за 2019 рік підприємство збільшило ефективність управління запасами та скорегувало політику управління дебіторською заборгованістю, а також з кожним роком компанія більш відповідально ставиться до погашень своїх зобов'язань перед постачальниками.

Але не слід забувати, що аналіз фінансової стійкості підприємства показав нам, що є ризик зниження в 2019 році цієї стійкості в середньостроковому періоді. У компанії посилюється залежність від позикових ресурсів.

Підприємство не може сформувати власний оборотний капітал, бо не має достатньої кількості ресурсів для довгострокового фінансування, тому залежність від зовнішніх інвесторів посилюється.

Також дослідження показало, що організація операційної діяльності підприємства на належному рівні, тому доцільно розробити рекомендації для її вдосконалення.

З огляду на вищесказане, можемо стверджувати, що компанія володіє достатньою кількістю власних коштів, щоб запровадити необхідні заходи для покращення фінансової стійкості, позбавитися залежності від позикових ресурсів та сформувати власний оборотний капітал.

2.3 Формування асортиментної політики на підприємстві

За Б. Берманом та Дж. Евансом, асортиментна політика – це політика, суть якої полягає у визначенні номенклатури товарів, що виготовляються і реалізуються, продукції з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, ступеня ризику, сезонності попиту, кон'юнктури та динаміки цін та інші [19].

На думку С. Гаркавенко, асортиментна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обґрунтованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити відповіді на питання з приводу формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів на певному рівні, знаходженню для товарів оптимальних товарних сегментів, розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів [20].

На сьогоднішній день асортиментна політика має особливе значення в сучасних умовах розвитку економіки, тому, що споживачі мають підвищені вимоги до якості, асортименту товару та його вигляду.

Головна особливість формування асортиментної політики є те, що цей процес безперервний та циклічний. Це пояснюється тим, що на ринку є свої умови, які були встановлені учасниками ринкових відносин. Більше значення мають споживачі та їх потреби, які доволі часто змінюються під впливом розвитку культури та появи нових трендів.

Циклічність також являється позитивним процесом, тому що завдяки цьому забезпечується вдосконалення вже існуючих товарів та створення нових, що цілком задовольняють потреби споживачів та попит на нові товари, що виникає.

Аби сформувати асортимент компанії треба виконати ряд завдань та пройти деякі етапи, а саме:

- зробити аналіз споживачів(вибрати цільову аудиторію та дослідити, що потрібно саме їм);
- оцінити товари-аналоги, які пропонують конкуренти;
- розробити специфікації товарів;
- визначити майбутні обсяги виробництва (потрібно вирішити скільки одиниць кожного товару буде виготовляти компанія).

Після того як продукція вийде на ринок потрібно оцінити ефективність проведених заходів - головним критерієм цієї оцінки є обсяги реалізованої продукції.

Наявність великої кількості непроданого товару є сигналом, що продукція незатребувана.

При формуванні асортиментної політики також доречно враховувати, що товари можуть розрізнятися за видом та періодом використання, функціональним призначенням, надійністю, зручністю використання, обслуговуванням, гарантією і т.п.

Варто відмітити, що завдання управління асортиментом лежить на перетині техніко-економічного (виробничого) та маркетингового (ринкового) аналізу.

В свою чергу, сукупність цих методів аналізу, відповідно, визначають внутрішні та зовнішні фактори формування асортименту промислового підприємства [21].

Можна виділити наступні проблеми управління асортиментом:

- у споживачів швидко змінюються смаки і підприємство просто не встигають змінювати свій асортимент;
- через те, що на підприємствах не налагоджена система управління асортиментом, вони втрачають потенційних клієнтів;
- відсутні чіткі критерії та інструменти формування оптимального асортименту підприємств;
- конкуренти на ринку просто не дають продвинути новий товар та окупити його.

Також основними проблемами при розробці асортиментної політики є: наявність організаційних інновацій, забезпечення конкурентоздатності товару, оптимізація товарного асортименту, товарна марка, створення ефективної упаковки, життєвий цикл товару, позиціонування товару на ринку.

Тому ми можемо впевнено сказати, що перегляд та оцінка асортименту є невід'ємним етапом формування асортименту.

Формування асортименту на підприємстві показано на рис. 2.2.

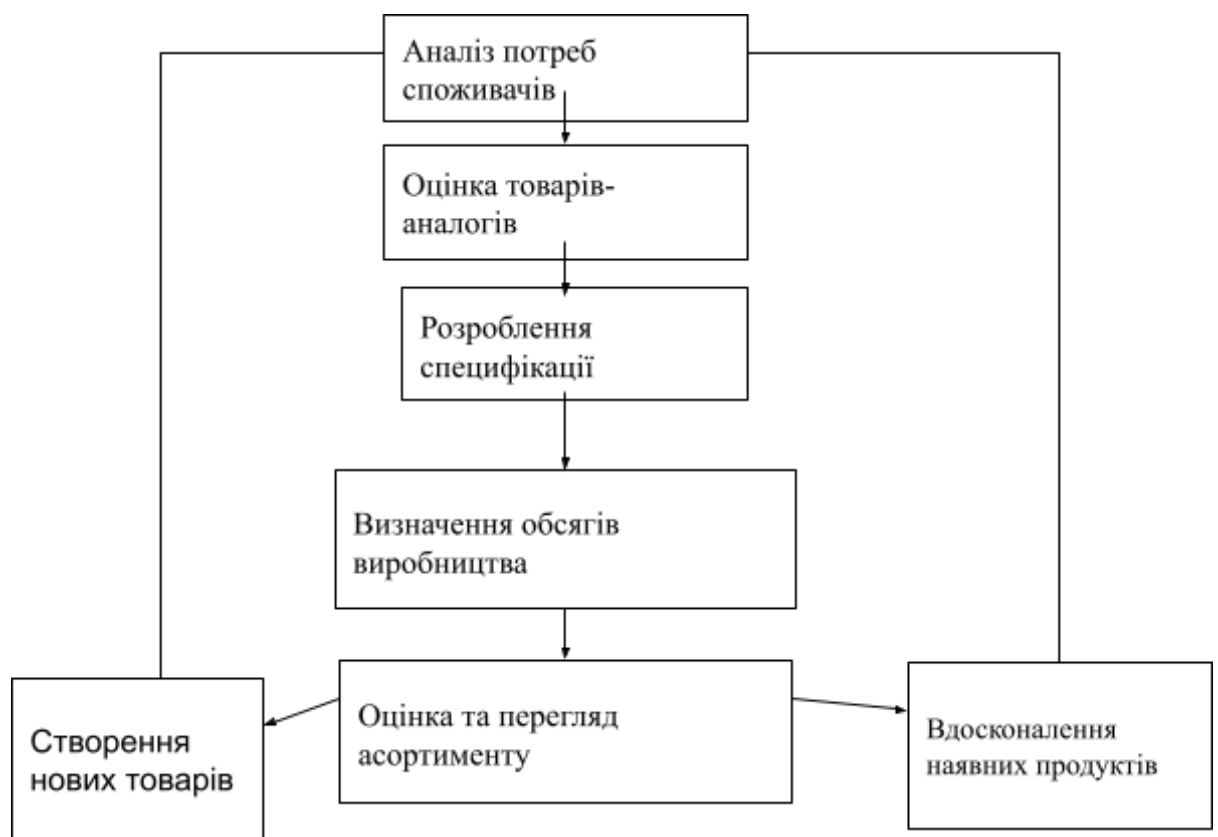


Рис. 2.2 - Формування асортименту підприємства

Стратегічні та тактичні методи управління асортиментом показані в таблицях 2.17 - 2.18.

Таблиця 2.17 - Стратегічні методи управління асортиментом

Методи аналізу ринкової ситуації:	Методи формування стратегії управління асортиментом:	Методи оптимізації стратегії управління асортиментом:
- SWOT-аналіз -концепція життєвого циклу товару -концепція кривої попиту	-матриця продукт-ринок І. Ансоффа -матриця Д.Абея, М. Ковальова	- матриця BCG -матриця A.D. Little -матриця Shell/DPM -матриця Hofer/ Schendel

Таблиця 2.18 - Тактичні методи управління асортиментом

Методи визначення попиту:	Методи економічного аналізу асортименту:	Методи розробки плану продажів:
-методи дослідження намірів споживачів -експертні методи -статистичні методи	-ABC-аналіз -XYZ-аналіз -матриця Маркон	-лінійне програмування -нелінійне програмування -динамічне програмування -методи стохастичного програмування

Управління асортиментною політикою підприємства передбачає використання відповідних методів формування продуктового асортименту, застосування яких дасть змогу прийняти ефективні управлінські рішення щодо якісної і кількісної структури асортименту, частоти оновлення та інших аспектів забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності.

Ефективне управління асортиментною політикою дає змогу прийняти заздалегідь ефективні управлінські рішення щодо якісного, новітнього асортименту та інших аспектів задля розвитку та досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємств. Тому компаніям не слід ігнорувати формування асортиментної політики на підприємстві.

Основні цілі асортиментної політики показані на рис. 2.3.



Рис 2.3 - Основні цілі асортиментної політики

Асортиментна політика підприємств в Україні повинна враховувати динаміку факторів підвищення купівельної спроможності людей, попит споживачів на товари які виготовляються, реакцію конкурентів та загальний стан економіки в країні.

А от відсутність асортиментної політики веде до нестабільної структури асортименту на підприємстві через вплив різних факторів, втрати позицій на ринку та комерційною ефективністю товарів. Всі рішення, які приймає керівник в таких ситуаціях, зазвичай базується на його інтуїції.

Якщо взяти підприємство, яке досліджується в дипломній роботі, то там чудово працює система оновлення асортиментної політики . Дані, які наглядно показують нам оновлення продукції за 2018-2020 рр., показані в таблиці 2.19.

Таблиця 2.19- Порівняння асортименту підприємства за 2018 -2020 рр..

Асортимент	Роки		
	2018	2019	2020
Цемент	+	+	+
Вапно		+	+
Гіпс		+	+
Скло	+	+	+
Фарба	+	+	+
Лінолеум	+	+	+
М'яка покрівля		+	+
Збірні залізобетонні споруди			+
Стінові матеріали			+
Декоративні матеріали	+	+	+

З таблиці 2.19 ми бачимо, що підприємство позиало свою діяльність з невеликої кількості матеріалів, але поступово вони не лише оновлювали наявні матеріали, а запроваджували виготовлення нових і це тільки за останні три роки.

Добре продумана асортиментна політика дає змогу контролювати ситуацію та покращити процес оновлення товару, який виготовляється та створення нової продукції. Тому слід приділити увагу цьому питанню та слідкувати за новими віяннями на ринку.

2.4 Аналіз якості будівельних матеріалів на підприємстві

З 2010 року підприємство розробило дуже ефективну систему менеджменту якості, яка відповідає міжнародним вимогам стандарту та діє до сьогодні. Вперше система пройшла сертифікацію якості продукції в 2011 році,

за версією стандарту ISO 9001. У 2012 і в 2014 рр. були проведені сертифікаційні аудити системи менеджменту якості підприємства авторитетним сертифікаційним органом з сертифікації ДП НДІБК “ЦЕНТРОСЕПРОБУД”. Щорічно в компанії проходить перевірка органом сертифікації ТОВ “ВЕС Укрекспертиза”, яка має всі повноваження від органу ASCB(Велика Британія) стосовно вимог регламенту 305/2011.

Тобто підприємство кожного року підтверджує свою бездоганну роботу та отримує європейське маркування.

Система якості, яка є на підприємстві стосується наступних підрозділів:

- виготовлення арматурних конструкцій;
- виробництво хімічних складових для будівельних матеріалів;
- транспортні послуги;
- виробництво і реалізація будівельних матеріалів, включаючи нерудні матеріали.

Будівельно-монтажні роботи також підлягають оцінці системи якості підприємства, а саме:

- проектування будівельних конструкцій;
- доставка матеріалів та всіх комплектуючих замовнику;
- виготовлення та установка обладнання;
- випробування всього, що виготовили для безпечного використання в майбутньому.

Компанія має не лише керівника, який контролює весь процес виробництва, а й керівники окремих проектів, що значно покращує роботу підприємства. Також система якості передбачає професійну підготовку персоналу, висококваліфікованих дизайнерів та технологів, робітників, які мають не лише цінні знання, а й багаторічний досвід (практику) у виробництві будівельних матеріалів та допоміжних складових. Для того, щоб досягти кращих результатів компанія використовує в своїй роботі лише високопродуктивну техніку, механізми та машини, сучасні технології та

привабливі дизайни своїх товарів. Характеристика та норми якості будівельних матеріалів, які використовуються на підприємстві показані в таблиці 2.20.

Таблиця 2.20 - Характеристика та норми якості будівельних матеріалів.

Матеріали	Густина, 10^3 кг/м^3	Матеріали	Теплоємність, ккал/кг град	Матеріали	Теплопровідність, Вт/м град
Бетон	1,8-2,5	Вата	0,40	Лінолеум	0,22
Бітум	0,9-1,2	Вапно	0,20	Вата	0,039
Деревина	0,52-0,75	Гіпс	0,18	Пінопласт	0,031
Ебоніт	1,15	Глина	0,18	Руберойд	0,19
Кераміка	2,1-2,3	Пінобетон	0,20	Скло	1,05
Дінолеум	1,18	Фанера	0,26	Фанера	0,14
Смола	1.02	Цемент	0,20	Черепиця глиняна	0,85
Скло	2,2-2,8	Цегла	0,18	Пресована стружка	0,15
Цемент твердий	2,6-3,2	Штукатурка	0,23	Коркове покриття підлоги	0,085
Цегла	1,4-1,6				

Говорячи про якість будівельно-монтажних робіт, ми маємо розуміти, що достатня увага приділяється металоконструкціям. Виготовлення декоративних матеріалів (фарба, лінолеум, шпалери) проходять під пильним наглядом спеціаліста, який контролює технологію виготовлення , колір та дизайн майбутніх товарів.

Також на підприємстві є своя власна випробувальна лабораторія, яка не тільки перевіряє якість матеріалів, а й працює над створенням нових, більш екологічних та сучасних товарів.

Органи Держспоживстандарт України, ще жодного разу не арештовували матеріали підприємства, адже воно робить все, аби репутація ТОВ «КЛЕОС» була бездоганною.

Сертифікати якості є буквально на всі будівельні матеріали, конструкції, вироби, що застосовуються в будівництві.

Всі засоби контролю якості, які використовуються:

- устаткування лабораторії з випробування бетонів (розчинів);
- устаткування лабораторії по неруйнівним методам контролю зварних з'єднань;
- устаткування, що перевіряє рівень токсичності.

Переваги проведення сертифікації якості товару для ТОВ “КЛЕОС”:

- допомагає створити позитивне враження про свої товари серед споживачів;
- запобігає просуванню іноземних товарів, так як на ринку вже якісний продукт;
- полегшує вибір споживачу;
- розширює рекламні та торговельні можливості підприємства;
- оберігає підприємство від конкурентів та підвищує конкурентоспроможність на ринку.

На даний момент ТОВ “КЛЕОС” пройшла сертифікацію якості від таких організацій:

- 1) Міжнародна організація зі стандартизації (ISO);
- 2) Маркування СЄ “Європейська відповідність”;
- 3) Українська національна система сертифікації (УкрСЕПРО);
- 4) Канадська асоціація стандартів (Canadian standards association).

Мета сертифікації:

- Захист прав споживача;
- Допомога споживачеві у виборі якісного товару;
- Підтвердження того, що підприємство виконує заявлені норми;
- Запобігання виготовленню небезпечних для життя товарів;
- Створення умов для виходу на міжнародні ринки та достойна конкуренція з іншими країнами.

А ще, що не менш важливо, підприємство приділяє дуже багато уваги охороні праці. ТОВ “КЛЕОС” створило безпечні та нешкідливі умови для роботи працівників. Гігієна праці, забезпечення спецодягом, поліпшення безпеки та інший індивідуальний захист- все це виконує підприємство.

Компанія постійно проводить навчання, де розказують про безпечне поводження на виробництві, адже техніка оновлюється і кожний з працюючих повинен знати , як працювати з цими агрегатами.

Тож ми бачимо, що підприємство відповідально ставиться до контролю якості своїх товарів аби забезпечити чудовий імідж в майбутньому.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЯКОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ.

3.1 Пропозиції щодо оновлення ринку будівельних матеріалів в Україні.

Незважаючи на те, що обсяги капіталів на будівельному ринку доволі великі це не допомагає привернути увагу проектантів та дослідників. А все через те, що будівельний ринок є непрозорим [26, с. 56].

Дослідники, які все ж таки зацікавились цією галуззю говорять, що вона має потенціал для швидкого економічного розвитку, але на жаль його використовують не повністю [28, с. 173].

Щоб удосконалити взаємовідносини на будівельному ринку нашої держави треба дослідити економічні умови, які сприяли створенню сучасного ринку будівельних матеріалів та послуг. також треба виявити причини, які гальмують розвиток, а вже потім працювати над ідеями, які в майбутньому зможуть поліпшити цей ринок.

Однією з найважливіших проблем сьогодні є відсутність якісної достовірної та комплексної інформаційної системи на будівельному ринку.

Спостерігається низька культура ведення будівельно-монтажних робіт, невідповідна якість будівельних матеріалів – і причина все та сама – відсутність необхідних знань, зумовлена браком кваліфікованих спеціалістів. І якщо серйозно підходити до підвищення якості сучасного будівництва, то починати потрібно з насичення інформаційного простору, доступного для всіх суб'єктів будівельного процесу [25].

Низька якість будівництва залишається актуальною проблемою ще з радянських часів. На усунення браку щорічно витрачають великі кошти (близько 3–5% вартості будівельно-ремонтних робіт). Значні обсяги браку в будівництві породжує відповідне за своїми обсягами паралельне ремонтно-будівельне виробництво. Проблеми утримання житлового фонду,

розвитку територій та комплексної забудови залежать від особливостей житлових будівель нашого міста, їх кількісної та якісної характеристики.

Велика кількість старих житлових будинків є власністю міста або становлять майно промислових підприємств (так звані відомчі будинки). Більшість таких будинків класифіковано, як пам'ятки архітектури. Ця особливість розкривається в тому, що, якщо будинок зараховано до категорії пам'яток, вартість виконання ремонту може виявитися вищою, ніж вартість будівництва нових квартир. Значна частина житлових будинків, особливо кооперативні, споруджували за технологією панельного будівництва. Ці будинки характеризуються певними проблемами, такими, як корозією елементів з'єднання та необхідністю покращання термоізоляції зовнішніх стін.

Ще однією з найважливіших проблем є недостатня кількість кваліфікованих працівників. Частково це пов'язано з тим, що будівельні професії не є престижними серед молоді через недостатньо високу оплату порівняно з великими затратами праці.

Поряд з тим тисячі кваліфікованих будівельників знаходять попит на свою працю поза межами нашої держави, а їхнє місце займають малокваліфіковані самоуки. Значною мірою залежить від спеціалістів, які здатні швидко і гнучко реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Для застосування нових принципів розвитку будівельного ринку важливе значення має світогляд персоналу, його прагнення та заохочення до нововведень, готовність та здатність до змін і ризику. Тому під час впровадження управлінських нововведень важливого значення набуває формування організаційної культури. Для цього необхідно постійно займатися підготовкою, перепідготовкою та вихованням спеціалістів усіх рівнів, удосконалювати систему мотивування творчої діяльності співробітників.

В умовах ринкової економіки для виробника важлива конкурентоспроможність виробленої продукції чи наданих послуг.

Першорядного значення набуває якість будівельної продукції, і основним інструментом впливу на будівельну організацію повинні стати тендери (торги).

Але досі в тендерній документації не встановлюється умова наявності її учасника системі якості, що відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001-2001 ідентичного МС ISO 9001:2000 [27, с. 14].

Міжнародні правила вимагають задоволення споживача в питаннях безпеки та якості виконуваних робіт і виробленої продукції. Тому організаціям потрібно думати не тільки про одержання прибутку, але і про якість кінцевого продукту.

Для успішної діяльності організації в ринкових умовах необхідна наявність кваліфікованого складу вищого керівництва, конкретних цілей та задач, що ставить перед організацією вище керівництво, а також системне керування діяльністю з позицій якості. Такий шлях повинна обирати сама організація і насамперед її керівництво. Впровадження системи управління якістю на базі ДСТУ ISO 9001-2001 ідентичного МС ISO 9001:2000 передбачає:

- одержання доказів щодо забезпечення якості і можливостей повного задоволення вимог замовників та інвесторів;
- наведення порядку у середині організації для скорочення непродуктивних витрат і упорядкування діяльності;
- підвищення конкурентоспроможності виконуваних робіт, послуг, виготовленої продукції;
- створення фундаменту для постійного поліпшення.

У багатьох країнах для споживача, зокрема замовника, наявність сертифіката на систему управління якістю є обов'язковою умовою укладення контракту чи договору, оскільки це підтверджує стабільність, якість і своєчасність виконання договірних зобов'язань. Йдеться не тільки про якість продукції, але й про якість фірми загалом. Система управління якістю дає чітку регламентацію процесів виробництва, контролю та управління, а також функцій діяльності в їхній взаємозв'язок. Усе це повинно знайти відображення в документах системи управління якістю.

Дослідження показало, що будівельний ринок України перебуває не на найкращому рівні свого розвитку. Гальмують розвиток будівельного ринку різні

причини. Управлінські рішення в будівництві найчастіше приймаються в умовах невизначеності, викривлення інформації через відсутність профільної системної інформаційної системи. Пропонується створити спеціалізовані інформаційні центри, які б забезпечували збір, систематизацію та подання достовірної інформації всім зацікавленим структурам будівельного ринку [27].

Характеристика будівельного комплексу України показано на рис. 3.1.



Рис. 3.1. - Будівельний комплекс України

Дивлячись на останні події, що відбулись в Україні в 2019 -2021 роках можна сказати, що галузь будівництва значно пригальмувала свій розвиток, але незважаючи на це вона має всі підстави не лише вистояти, а й значно покращити свої позиції, як би дивно і неймовірно це не звучало.

Головними факторами, які дуже на це вплинули є карантин, який ввели в Україні а також закони які регулюють будівельну галузь.

Чому ж карантин може допомогти будівельній галузі? Все просто! В зв'язку з обмеженнями багато чого в Україні було заборонено, але Постанова Кабінету Міністрів України № 262 прямо говорить, що під час карантину суб'єктам господарювання, які здійснюють будівельні роботи - діяльність дозволяється [30].

Також державну архітектурно-будівельну інспекцію було вирішено ліквідувати, адже цей орган вважався найбільш корумпованим. Він заважав розвивати будівельну галузь та піднімати рівень економіки в країні. А зараз

будівельні підприємства отримали можливість, адже поки не створили новий орган вони захищені від будь-яких перевірок.

Першим кроком на шляху покращення ситуації в будівельній галузі є інвестиційна діяльність. Американська компанія вкладає більше 110 млн. доларів США. Тому найближчим часом в Україні будуть розроблятися пропозиції щодо покращення інвестиційного клімату.

Найбільш болючою проблемою будівельної галузі України, вважаю відсутність дешевих та довгих фінансів та звичку будівельних компаній будувати за кошти інвесторів-покупців нерухомості. Думаю, що саме останній фактор буде мати найбільш значний вплив на галузь.

Як ми вже зрозуміли ринок будівельних матеріалів дуже залежить від будівельного сектора, але щоб покращити цей ринок нам потрібно дуже постаратися, адже важливою є якість цих матеріалів.

Враховуючи всі проблеми з якими стикаються інвестори, всі учасники інвестиційної платформи надали пропозиції які будуть стимулювати інвесторів з інших країн та сприятиме розвитку не лише будівельної галузі а й економіки.

Пропозиції інвесторів:

- змінити застарілі ДБН;
- постійно оновлювати якість та асортимент будівельних матеріалів;
- запроваджувати нові технології як в будівництві так і у виробництві будівельних матеріалів.

Україна має все, щоб стати успішною країною. Вона зможе стати інвестиційним ураганом в Європі.

Для цього ми маємо чудові кліматичні умови, вигідне географічне розташування, невичерпний аграрний потенціал та наш найголовніший український ресурс - дуже креативні та талановиті люди, які можуть зробити неймовірний вклад в розвиток країни, потрібно лише дати їм шанс проявити себе.

На жаль на сьогоднішній день Україні не вистачає лише двох складових:

- інвестування;

-можливості розслабитися, адже зараз потрібно працювати як ніколи, щоб стати успішними.

Україна - це те місце де можливо все , потрібно лише трішки докласти зусиль і тоді ми побачимо, яка наша країна велична, потужна та дивовижна.

Саме зараз компанії - учасники міжнародної інвестиційної платформи і звичайні люди, які мають хоч якесь відношення до будівельної галузі сподіваються, що Верховна Рада України, профільне міністерство та президент України - Зеленський Володимир Олександрович візьмуть до уваги досвід закордонних країн запропонують зміни стандартів будівельної галузі, які покращать ситуацію в країні. Адже ситуація в країні значною мірою впливає на кількість інвестицій, які до нас надходять.

Враховуючи всі вище запропоновані зміни, країна в найближчі роки досягне успіху, треба лише трішки постаратись.

3.2 Шляхи покращення якості та асортиментної політики на підприємстві.

В час, коли всі підприємства роблять все для того, щоб бути лідером на ринку, постає питання як утримати позиції та покращити свою конкурентоспроможність.

Перед цим ми вже зробили SWOT-аналіз та визначили сильні та слабкі сторони підприємства, тому виходячи з цих даних і дивлячись на зовнішні чинники ми можемо опрацювати певні стратегії, які можуть допомогти в покращенні не лише господарської діяльності, а й збільшення авторитету серед інших будівельних підприємств.

Наприклад, за допомогою низької вартості на продукцію, при цьому не погіршуючи якість товару ми не лише зафіксуємо власні позиції на ринку, а ще й отримаємо нових постійних клієнтів , адже будь-хто хоче купувати вигідно.

Плюс, якщо ми збільшимо перелік продукції та спрямуємо компанію на максимальну взаємодію зі споживачем, ми зможемо дізнатись, що йому більш за все подобається і виходячи з цього в майбутньому регулювати асортимент –

дані пропозиції однозначно підвищать можливість ефективної довгострокової діяльності ТОВ «КЛЕОС»..

Звичайно, все це потребує значних витрат, втім підприємство може отримати вигоду, яка може покрити всі витрати, а крім того, принести прибутки. Підприємству потрібно автоматизувати систему менеджменту відділу якістю, що також допоможе підвищити репутацію підприємства ТОВ «КЛЕОС». Наявність механізму оцінки якості на підприємстві це вже під шляху до успіху.

Внаслідок цих дій будь-яка новинка з асортименту підприємства дасть можливість зарекомендувати себе не тільки лише як підтримуючу високу якість своєї продукції компанію, але й престижний імідж власної торгової марки. На мою думку, перспективним та цікавим ходом для підприємства могла б стати організація дня відкритих дверей у фірмовому магазині ТОВ «КЛЕОС». Це має виглядати так: в конкретний день всі бажаючі зможуть відвідати фірмовий магазин підприємства та переконатися у неперевершеній та дієвій роботі фірми.

Для такого заходу необхідно організувати спеціальних людей, які розкажуть про матеріали не просто як звичайний технолог, а так щоб відвідувачі захотіли купити щось додому в магазинах «КЛЕОС».

Також підприємство має більше уваги приділяти уваги маркетинговій діяльності, знайти висококваліфікованих спеціалістів , які б могли зробити для компанії вірусну рекламу, яка буде приваблювати нових клієнтів, адже це дійсно працює. Хороший тому приклад мережа магазинів “Епіцентр” та “33 м²” . Всі ми неодноразово бачили рекламу цих магазинів, їх вигідні пропозиції та акції, тому йшли купувати матеріали саме там.

Справа в тому, що наш розум сприймає інформацію такб що чим частіше ми бачимо щось, тим більше ми про це думаємо на підсвідомому рівні . Тому я наполегливо рекомендую не шкодувати гроші на рекламу, в результаті ви отримаєте набагато більше ніж вклали.

Враховуючи те, що ТОВ «КЛЕОС» доволі добре зарекомендовало себе на ринку і проблем з пошуком нових клієнтів не повинно бути.

Ще однією рекомендацією від мене буде підвищення ефективності роботи персоналу не лише в фірмових магазинах, а й на виробництві самих матеріалів. Адже від кваліфікованої робочої сили залежить якість виготовлених товарів та якість обслуговування споживачів.

Зараз існує дуже багато різних технік, які допомагають продавцям-консультантам так вміло працювати, що людина, яка прийшла купити лише банку фарби виходить з магазину з великою кількістю будівельних матеріалів, навіть якщо вони йому не потрібні, а все через те, що консультант володіє психологічними прийомами. Цей метод підвищить прибуток мінімум на 10-15%.

Напрямки підвищення ефективності роботи персоналу:

- формування оптимального складу персоналу;
- механізація і автоматизація виробництва;
- поглиблення спеціалізації виробництва;
- створення позитивного морально-психологічного клімату в колективі;
- модернізація устаткування;
- моральне заохочення працівників;
- удосконалення системи оплати праці;
- створення раціональних структур персоналу;
- постійне підвищення кваліфікації персоналу.

Отже, щоб підвищити якість товарів та рівень організації операційної діяльності ТОВ «КЛЕОС» були запропоновані такі заходи:

- підвищення ефективності роботи персоналу;
- розширення асортименту випуску продукції та покращення якості цих товарів ;
- стимулювання маркетингової діяльності підприємства в провідних ЗМІ;
- заохочення потенційних покупців за рахунок проведення акцій, заходів тощо.

Тепер давайте розглянемо метод, який ми запропонували раніше (день відкритих дверей). Для того, щоб все було на вищому рівні підприємство має

знайти туристичне агенство або іншу організацію, яка власне, буде займатися пошуком людей на екскурсію та контролем всіх норм проведення цього заходу. Також потрібно провести навчання персоналу, які зможуть цікаво розповісти про товар та зацікавити потенційних клієнтів. Не потрібно забувати про подарунки та цікаві пропозиції. Коли я говорю подарунки це не означає, що потрібно дарувати лінолеум або цеглу, це можуть бути рукавиці з логотипом компанії, або ж солодощі, які однозначну піднімуть настрій можливим клієнтам. Також можна зробити якусь накопичувальну програму де клієнти будуть робити рекламу компанії в соціальних мережах. На сьогоднішній день це мабуть один із найдієвіших способів прорекламувати щось.

Розрахунок витрат на запуск реклами в соціальних мережах наведений в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 Витрати на запуск реклами екскурсії

Витрати	Сума, грн
Заробітна плата SMM-спеціалісту	15 000 грн.
Нарахування на заробітну плату	3000 грн.
Запуск реклами в соціальній мережі Facebook	200 грн./день ;6 000 грн./місяць
Запуск реклами в соціальній мережі Instagram	150 грн./день ;4500 грн./місяць
Всього	28500 грн.

Джерело: складено автором.

Звичайно потрібно робити рекламу в соціальних мережах не тільки руками споживачів, але й цілеспрямовано компанією, а для цього на потрібні

спеціалісти з маркетингу, який розробить сторінку підприємства в популярних соціальних мережах Facebook та Instagram.

Спеціаліст буде працювати віддалено, тому немає необхідності виділяти окреме робоче місце. Підприємство, а точніше його керівники мають розуміти всі ризики віддаленої роботи, тому потрібно здійснювати постійний контроль спеціаліста та його роботи.

SMM-спеціаліст має запустити рекламу за кошти підприємства, щодня контролювати її ефективність та звітуватися перед підприємством. Так як обсяг реалізації продукції у 2019 році склав 75 млн грн. Після проведення простих математичних розрахунків ми вияснили, що в фірмовому магазині при виробництві за день отримується виручка в розмірі 35 000 грн.

Наступним кроком буде розрахунок доходів від впровадження заходів та збільшення обсягів реалізації продукції фірмового магазину в день проведення екскурсії а вже потім і прибуток таблиця. 3.2.

Таблиця 3.2 -Доходи від впровадження заходу, грн.

Показник	Фактичний (2019)	Прогнозований період	Абсолютне відхилення, грн.	Відносне відхилення, %
Обсяг реалізації продукції фірмового магазину при виробництві - за день:	35000	50700	15700	44,86
- за місяць (за умови проведення екскурсії 3 дні на тиждень 5 разів на день)	1 050 000	1 254 100	204 100	19,44
-за рік	12 600 000	1 254 100	2 449 200	19,44

Джерело: складено автором.

З цих розрахунків можемо зробити висновок, що після впровадження заходу (день відкритих дверей) у підприємства збільшиться обсяг реалізації продукції в фірмовому магазині за день на 15 700 грн. (майже на 45%) в порівнянні зі звичайною діяльністю компанії. За умови проведення дня відкритих дверей 3 дні на тиждень, за місяць підприємство збільшить обсяг реалізації на 19,44%, більше ніж за місяць роботи фірмового магазину без впровадження запропонованого заходу. Розрахуємо фінансовий результат після впровадження дня відкритих дверей таблиця 3.3.

Таблиця 3.3 - Фінансовий результат від впровадження заходу, грн.

Показник	Фактичний (2019)	Прогнозний період	Абсолютне відхилення, грн.	Відносне відхилення, %
Обсяг реалізації продукції фірмового магазину	12 600	15 049	2 449	19,44
Собівартість реалізованої продукції фірмового магазину	11 103	13 156	2 052	18,49
Валовий прибуток від обсягу реалізації продукції фірмового магазину	1 496	1 893	396	19,44
Інші операційні доходи	1 500	1 500	-	-
Адміністративні витрати	1 247	1 247	-	-
Витрати на збут	170	170	-	-
Інші операційні витрати	1 395	1 739	344	24,65
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	184	236	52	28,37

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

Виходячи з розрахунків, я впевнено можу сказати, що він діє! Фінансовий результат від операційної діяльності зріс на 28,37%.

А ще для більшої ефективності слід приділити увагу соціально-психологічному аспекту в колективі. Соціально-психологічні методи діють як регулятори соціальних, психологічних, ідеологічних та етичних відносин у колективі. Велика кількість психологічних факторів відображається на результатах праці. Вміння їх враховувати допомагає керівнику цілеспрямовано впливати на окремих працівників і формувати колектив з єдиними цілями.

Крім того, для результативного управління колективом необхідно знати моральні і психологічні особливості окремих працівників, соціально-психологічні характеристики окремих груп [29].

Тож на мою думку керівники і менеджери які працюють з персоналом повинні бути хорошими психологами. Звичайно не кожна людини(від природи) розуміється на психологічних аспектах людської поведінки, тому можна пройти спеціалізовані курси , або ж взяти в штат висококваліфікованого психолога , який допоможе покращити роботу персоналу.

Це допоможе керівництву створювати рівні можливості та позитивні настрої в колективі при отриманні матеріального заохочення тощо. Також керівники матимуть змогу розпізнати психологічні особливості конкретних робітників та груп. Всі ці заходи допоможуть налагодити роботу в колективі і при цьому збільшити фінансовий результат підприємства.

Виходячи із фінансової звітності підприємства та проведеного кореляційно-регресійного аналізу можемо зробити висновок, що значну частку в чистому доході від реалізації продукції займає собівартість, а тому впливає на фінансовий результат. Це означає, що після впровадження соціально-психологічних методів у процес операційної діяльності в колективі покращиться психологічний клімат та загальний емоційний стан працівників.

Таким чином підприємству вдасться зменшити втрати під час виробництва, відповідно збільшуються обсяги виробництва, тому зменшиться собівартість продукції, а фінансовий результат від операційної діяльності буде зростати. Звичайно потрібно дотримуватися всіх норм якості, адже неякісні будівельні матеріали не будуть купувати, що приведе до його банкрутства.

Також потрібно поповнювати свій асортимент. Адже якщо ми хочемо, щоб наше підприємство користувалось попитом та було конкурентоспроможним, нам потрібно мати достатню кількість продукції для задоволення попиту на ринку. А ще чудовою можливістю для українського підприємства є вихід на ринки в інших країнах.

Після розгляду напрямів покращення організації операційної діяльності ТОВ «КЛЕОС» можна зробити висновок, що запропоновані заходи є прибутковими та ефективними для підприємства. Проаналізувавши прогресивні методи менеджменту, можна стверджувати, що в сучасних умовах для досліджуваного підприємства доцільно було б запровадити соціально-психологічні методи, враховуючи його фінансовий стан.

Я можу стверджувати, що застосування соціально-психологічних методів доцільно впровадити на ТОВ «КЛЕОС», так як їх запровадження збільшить фінансовий результат від операційної діяльності, а таким чином і чистий прибуток підприємства, що і є кінцевим результатом як покращення якості так і асортиментної політики будівельних матеріалів підприємства.

3.3 Економічний ефект від запропонованих заходів

Провівши аналіз підприємства та оцінивши якість і асортимент будівельних матеріалів, ми зробили висновки та запропонували в розділі 3.2 шляхи вдосконалення роботи ТОВ «КЛЕОС» та рішення, які підвищать в майбутньому фінансову та господарську ефективність підприємства а також покращать якість товарів, які виготовляє компанія. Тому зараз було б доцільно

показати економічний ефект від цих заходів , ми покажемо всі дані операційної діяльності в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 - Фінансовий результат після впровадження заходів які було запропоновано раніше.

Показник	Фактичний (2019) тис. грн	Прогнозний період тис. грн	Абсолютне відхилення, грн.	Відносне відхилення
Чистий дохід від реалізації продукції	259205	270078	10873	4,19
Собівартість реалізованої продукції	228412	237408	8996	3,94
Валовий прибуток від обсягу реалізації продукції	30793	32669	1876	6,09
Інші операційні доходи	30872	30872	-	-
Адміністративні витрати	25662	25662	-	-
Витрати на збут	3503	3503	-	-
Інші операційні витрати	28719	29 248	529	1,84
Прибуток	3781	5127	1346	35,62

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

З табл. 3.4 можемо зробити висновок, що впровадження вищеперечислених рекомендацій щодо покращення якості та асортименту товарів, а також господарської діяльності в цілому , а саме:

- проведення відкритих дверей та екскурсій;

- професійна реклама фірмових магазинів;
- підтримання позитивного психологічного та соціального клімату серед колектива;
- підвищення кваліфікації персоналу;
- впровадження різних акцій та вигідних пропозицій.

Дає значне покращення фінансового результату та якості продукції, що і було нашою метою. Також розрахуємо коефіцієнти рентабельності до і після запровадження заходів щоб наглядніше показати їх дію, таблиця 3.5.

Таблиця 3.5 - Аналіз показників рентабельності підприємства ТОВ «КЛЕОС» за 2019 рік та прогнозний період.

Показник	Фактичний (2019)	Прогнозний період	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
Коефіцієнт рентабельності активів	0,38	0,72	0,34	189,92
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,52	0,98	0,46	187,91
Коефіцієнт рентабельності діяльності	1,07	1,94	0,87	181,43
Коефіцієнт рентабельності продукції	13,48	13,76	0,28	102,09
Коефіцієнт рентабельності продажу	1,07	1,94	0,87	181,43

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «КЛЕОС».

Тому, розрахувавши показники рентабельності ТОВ «КЛЕОС» після впровадження запропонованих заходів можемо зробити висновок, що

ефективність вкладання коштів у підприємство та раціональність їх використання покращиться. Збільшення показника рентабельності власного капіталу свідчить про збільшення ефективності використання власного капіталу, а також зростання величини чистого прибутку.

Тож керівництву нашого досліджуваного підприємства потрібно звернути увагу на наші рекомендації, та якомога швидше почати дія в напрямку покращення ситуації в компанії. І тоді в неї буде не лише якісна продукція та широкий асортимент а й збільшиться прибуток від господарської діяльності.

ВИСНОВКИ

Відповідно до мети і поставлених завдань у роботі було досліджено та проаналізовано наступне:

- стан ринку будівельних матеріалів в Україні;
- попит населення на будівельні матеріали;
- проблеми розвитку будівельної промисловості;
- перспективи будівельної галузі;
- якість та асортимент будівельних матеріалів на досліджуваному підприємстві;
- наявність системи оцінки якості товарів, які виготовляє підприємство;
- покращення якості та асортименту будівельних матеріалів та вплив цих змін на фінансову звітність підприємства.

Визначено роль якості та різновиду продукції(асортименту) та кінцевий фінансовий результат. Зробили висновок, що краща продукція, вигідніші ціни, красивий вигляд товару та наявність сертифікатів на якість - підвищують попит населення на товар , що збільшує прибуток підприємства та закріплює позиції на ринку.

Після проведення аналізу господарської діяльності ТОВ “КЛЕОС” я можу впевнено сказати , позиції підприємства є неоднозначними, незважаючи на те, що продукція компанії користується попитом. Основним джерелом формування майна компанії є власний капітал, завдяки оборотним коштам підприємство з легкістю може забезпечити свої короткострокові зобов'язання і до того ж немає ніяких проблем із погашенням своїх поточних зобов'язань.

Підприємство активно намагається поліпшити політику розпорядження фінансами , а також швидко реагує на кризові коливання за рахунок вільних коштів.

З кожним роком результат, а саме прибутковість від господарської діяльності зростає. Керівники і менеджери працюють над вдосконаленням ефективності управління запасами та позиковими ресурсами.

Та якщо глянути на проведений аналіз ми бачимо, що в 2019 році з'явився ризик фінансової стійкості підприємства, в порівнянні з попереднім періодом, за рахунок посилення залежності від позикових ресурсів, а власни капітал перебуває в мобільному режимі, тому виникає ризик, який стосується фінансування оборотних активів. А ще ми можемо помітити, що збільшується залежність від зовнішніх інвесторів, тому що підприємство не може сформувати власний оборотний капітал так, як не має достатньо ресурсів для довгострокового фінансування.

Враховуючи все вищесказане, можу зробити висновок, що ТОВ “КЛЕОС” має достатню кількість коштів аби забезпечити впровадження запропонованих заходів, що в результаті покращить фінансовий результат, та позбавить підприємство від залежності позикових ресурсів і допоможе сформувати власний оборотний капітал.

Після того як ми розглянули всі можливі методи покращення якості будівельних матеріалів та їх асортимент а також господарську діяльність ТОВ “КЛЕОС” можна зробити висновок, що проведення відкритих дверей, професійна реклама фірмових магазинів, підтримання позитивного морально-психологічного і соціального клімату серед колективу, підвищення кваліфікації персоналу та запровадження різних акцій та вигідних пропозицій є ефективним та прибутковим для підприємства.

Також давайте не забувати про прогресивні методи менеджменту, що допоможе краще організувати роботу не лише на виробництві, а й в магазинах “КЛЕОС”.

І не менш важливою є психологічний аспект в роботі зі споживачами. Не варто економити на навчанні персоналу, психологічні курси значно підвищать економічний ефект.

Тож враховуючи всі показники та інформацію, що ми отримали- виконано головне завдання даної дипломної роботи, а саме: дослідження якості та асортименту будівельних матеріалів на підприємстві та їх покращення для підвищення фінансової ефективності ТОВ “КЛЕОС”.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шевченко В. О. Стан і перспективи розвитку ринку будівельних матеріалів України. 2014: вебсторінка URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3124> (дата звернення: 15.05.2021).
2. Борейко В. І. Перспективи виробництва будівельних матеріалів в Україні. Збірник наукових праць. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. 2011. № 4. С. 64-71.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України вебсторінка URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2021).
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій України URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/building/pricing/rozvitok-budivelnoyi-diyalnosti/pasport-budivelnoyi-galuzi-promyslo/> (дата звернення: 15.05.2021).
5. Журнал “БІЗНЕС” стаття: Будівельне сповільнення. вебсторінка URL : <https://www.business.ua/uk/budivelne-spovilnennia> (дата звернення: 16.05.2021).
6. Владіміров Є. С. Каталог будівельних норм та нормативних документів національного рівня у галузі будівництва та промисловості будівельних матеріалів України (станом на 1 січня 2015 року). Видання офіційне, Укрархбудінформ. Київ, 2015. 380 с.
7. Шаповал С. В. Конспект лекцій з курсу «Сучасні будівельні матеріали і технології» (для студентів 5 курсу денної форми навчання спеціальності 191 – Архітектура та містобудування) Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 97 с.
8. Вігуржинська С. Ю. Економіка підприємства. 2 частина, Одеса : ОДАХ, 2008. 76 с.
9. Бланк І. О. Управление использованием капитала. Київ : Ніка-Центр, 2010. 651 с.

10. Перерва П.Г. Економіка підприємства, підручник Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 691 с.
11. Зубовський В.М. Економіка підприємства: підручник Київ : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2007. 307 с.
12. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие, Москва : Финансы и статистика, 2016. 354 с.
13. Бойчик І.М. Економіка підприємства, Київ : «Каравела», 2007. 289 с.
14. Горлачук В.В. Економіка підприємства : навчальний посібник, Миколаїв : Видавництво ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. 344 с.
15. Круш П.В. Економіка підприємства: підручник Київ : Ельга-Н, КНТ, 2007. 780 с.
16. Бердар М.М. Фінанси підприємств: підручник Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
17. Любенко Н.М. Фінанси підприємств: підручник Київ : Центр учбової літератури, 2009. 264 с.
18. Журнал Pro-Consulting. Аналітика ринку, фінансовий консалтинг, Київ. 2020. 40 с.
19. Берман Б., Дж. Эванс. Розничная торговля: стратегический подход пер. с англ. М., 2013. 1183 с.
20. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник: Лібра, 2002. 712 с.
21. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: підручник. К.: КНЕУ, 2010. 240 с.
22. Функції та методи менеджменту. 2016: вебсторінка URL: <https://studfiles.net/preview/3364059/> (дата звернення: 17.05.2021).
23. Капінос Г. І. Операційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2013. 352 с.
24. Шаповал М. І. Проблеми менеджменту якості у сфері науково-дослідних робіт: Науковий вісник НАУ, 2004. №74. 244 с.
25. Романчук А. Л. Оцінка сучасного стану промисловості будівельних матеріалів: "вузькі місця" та перспективи подальшого розвитку вебсторінка

URL:<http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v1/1-2012-25.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).

26. Пасічник В. І. Маркетинг будівельних ринків України: поточний стан і перспективи. 2016. №4. С. 55–59.

27. Белугін В.С. Управління будівельними організаціями в умовах ринкової економіки. Будівництво України . 2005. №5. С. 13–15.

28. Пинда Ю.В. Тенденції розвитку та структурних зрушень у будівельному комплексі Львівської області. Регіональна економіка. 2013. №3. С. 167–174.

29. Соціально-психологічні методи управлінського впливу. 2017: веб-сайт URL:https://pidruchniki.com/12991010/turizm/sotsialnopsihologichni_metodi_upravlinnskogo_vplivu (дата звернення: 18.05.2021).

30. П. В. Кривенка. Будівельне матеріалознавство: підручник, 2018. 704 с.

31. С. В. Шаповал, А. А. Баранова Конспект лекцій з курсу «Сучасні будівельні матеріали і технології», Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 97 с.

32. В. Д. Жван. Зведення і монтаж будівель і споруд: навч. посібник. Харків : ХНАМГ, 2011. 395 с.

33. Є. В. Клименко. Технічна експлуатація та реконструкція будівель і споруд: Навч. посібник, Київ : «Центр навчальної літератури», 2014. 304 с.

34. М. М. Губій Проектування ремонту й підсилення будівель та споруд із застосуванням сучасних матеріалів і технологій: навч. посібник, Харків : Тимченко, 2007. 192 с.

35. С.М. Безродна. Управління якістю: навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей . Чернівці: ПВКФ “Технодрук” , 2017. 174 с.

36. Набатова О. Ю. Чорненко О.С. Шляхи та напрямки поліпшення фінансової діяльності суб’єкта господарювання: вебсторінка. URL:

http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/78.pdf (дата звернення: 19.05.2021)

Додатки

Додаток А

Таблиця А.1- Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	0	0	0
первісна вартість	1001	0	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	576366	701294	0
первісна вартість	1011	901998	1044508	0
знос	1012	325632	343214	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	11	10	0
інші фінансові інвестиції	1035	10	10	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0

Продовження додатка А-1

1	2	3	4	5
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом І	1095	576387	701314	0
ІІ. Оборотні активи				
Запаси	1100	8856	8029	0
Виробничі запаси	1101	0	0	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи та послуги	1125	71252	51544	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0	0
з бюджетом	1135	0	2951	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0

Продовження додатка А-1

1	2	3	4	5
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2388	23330	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквівалент	1165	130	6723	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
інші оборотні активи	1190	0	0	0
Усього за розділом II	1195	82630	92601	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	659017	793915	0

Таблиця А.2 - Пасиви підприємства станом на 31.12.2019 р.

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5

Продовження додатка А-2

1	2	3	4	5
І. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	175833	175833	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	4455	4651	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	354887	357458	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом І	1495	535175	537942	0
ІІ. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	36932	33656	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	170318	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0

Продовження додатка А-2

1	2	3	4	5
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань (на початок звітнього періоду	1531	0	0	
резерв збитків або резерв належних виплат (на початок звітнього періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій (на початок звітнього періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви(на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	36932	203974	0
III.Поточні зобов'язання та забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	67990	25983	0
за розрахунками з бюджетом	1620	3859	3410	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	1879	2328	0
за розрахунками з оплати праці	1630	6923	8611	0

Продовження додатка А-2				
за отриманими авансами	1635	0	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	4672	7253	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1587	4414	0
Усього за розділом III	1695	86910	51999	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротним активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Частка вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	659017	793915	0

Додаток Б

Таблиця Б.1 -Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2019 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	259205	232312
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	(228412)	(204239)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	30793	28073
Валовий: 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	30872	54744
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(25662)	(23404)

Продовження додатка Б-1

Витрати на збут	2150	(3503)	(3043)
Інші операційні витрати	2180	(28719)	(46008)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	3781	10362
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	10008	0
Інші доходи	2240	53	8
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(9946)	(5489)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	3896	4881
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1128	-962
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	2768	3919
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

Таблиця Б.2 - СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	2768	3919

Таблиця Б.3 - ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	83316	92858
Витрати на оплату праці	2505	125796	105721
Відрахування на соціальні заходи	2510	27024	22627
Амортизація	2515	25330	40861
Інші операційні витрати	2520	34776	20116
Разом	2550	296242	282183