

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Будівництво, архітектура та дизайн
(повне найменування факультету)

Підприємство, торгівля та біржова діяльність
(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломного проекту (роботи)

Бакалавр

(ступінь вищої освіти)

на тему Діагностика фінансово-економічних
(назва теми)
показників роботи суб'єкта господарювання
на прикладі ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

Виконав(ла): студент(ка) 4 курсу, групи БАДж-412сп

Спеціальності 046 Підприємство, торгівля
(код і найменування спеціальності)
та біржова діяльність

Освітня програма (спеціалізація)
Економіка підприємства

Сметай А.С.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник Семасьянов Р.В.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент Гармідер А.Д.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Національний університет «Запорізька політехніка»
 Факультет Будівництва, архітектури та дизайну
 Кафедра Підприємництва, торгівлі та ділової діяльності
 Ступінь вищої освіти Бакалавр
 Спеціальність Економіка підприємства
 Освітня програма (спеціалізація) Економіка підприємства
 (назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ПТБД

Ткаченко А. М.

« » 20 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

Генштай Анастасія Сергіївна
 (ПРІЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Діагностика фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання (на прикладі ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»)
 керівник проєкту (роботи) к.е.н., доц. Севастианов Р.В.
 (науковий ступінь, вчене звання, ПРІЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 29 » березня 20 24 року № 101

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) 3 травня 2024 року

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) закони і законодавчі акти України, річні звіти підприємства, статистична звітність, додаткові таблиці до річних звітів, наукова література

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) теоретичні аспекти фінансово-економічної діагностики суб'єкта господарювання; діагностика фінансово-економічних показів роботи суб'єкта господарювання ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» з метою підвищення ефективності показників фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, кількість слайдів, плакатів)

Розділ	ПРИЗВИЩЕ, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата завдання видав
1-3	Себастьянов Р.В. кен. доц.	
	Нормоконтроль Бобко М.А.	

7. Дата видачі завдання « 24 » травня 2024 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)
1.	Закріплення та узгодження завдання	24.05.2024
2.	Вибір статистичного матеріалу	24.05.2024
3.	Підготовка першого розділу	29.05.2024
4.	Підготовка другого розділу	30.05.2024
5.	Підготовка третього розділу	31.05.2024
6.	Подання на кафедру та нормоконтроль	03.06.2024

Студент(ка)


(підпис)

Чентсов Анастасів
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

Керівник проєкту (роботи)


(підпис)

Себастьянов Радіон
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

РЕФЕРАТ

ДР: 106 с., 4 рис., 18 табл., 6 додатків, 50 джерел.

Об'єкт дослідження – діагностика фінансово-економічних показників роботи підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання.

Мета роботи – сутності фінансово-економічної діагностики підприємства, пошук найбільш оптимальних шляхів покращення фінансового стану підприємства та підвищення ступеня його платоспроможності.

Методи досліджень: аналіз та огляд наукової літератури; історичні методи дослідження; методи графічного та табличного представлення матеріалу.

У першому розділі дипломної роботи окреслено теоретичні аспекти фінансово-економічної діагностики суб'єкта господарювання. У другому розділі проведено діагностику фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Третій розділ роботи містить шляхи підвищення ефективності показників фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика». У результаті проведеного дослідження та аналізу запропоновано збільшення обсягу реалізації випущеної продукції і розширення ринку збуту продукції за допомогою каналу збуту через програму телеграм, а саме через телеграм-боти.

АНАЛІЗ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПОКАЗНИКИ, СУБ'ЄКТ
ГОСПОДАРЮВАННЯ, ФІНАНСОВИЙ СТАН, ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ,
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ
ТА ТЕРМІНІВ

ЗКФ	—	Запорізька кондитерська фабрика;
ЗМІ	—	засоби масової інформації;
КВЕД	—	класифікатор видів економічної діяльності;
КЗП	—	комбінат хлібопродукції;
ПАТ	—	публічне акціонерне товариство;
ПрАТ	—	приватне акціонерне товариство;
рис.	—	рисунок;
рр.	—	роки;
с.	—	сторінка;
табл.	—	таблиця;
ТБ	—	телебачення;
тис. грн.	—	тисяч гривень;
ТОВ	—	товариство з обмеженою відповідальністю;
ТТН	—	товарно-транспортна накладна;
PPC	—	pay per click;
SEO	—	search engine optimization;
SMM	—	social media marketing;

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	11
1.1. Поняття та сутність фінансово-економічної діагностики	11
1.2. Методи діагностики фінансово-економічних показників	18
1.3. Інформаційна база для діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання	28
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РОБОТИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»	36
2.1. Організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження	36
2.2. Діагностика фінансового стану суб'єкта господарювання	44
2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання	53
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»	67
3.1. Інформаційна база для діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання	67
3.2. Розробка рекомендацій для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання	75
3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих рекомендацій	83
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	90
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

У період формування ринкових відносин, роль конкурентної боротьби, комп'ютеризації обробки економічної інформації та постійних змін у податковій системі значно зростає. У такому складному контексті керівникам підприємств доводиться зіткнутися з багатьма викликами, пов'язаними з управлінням підприємством та його ефективністю.

Діагностика фінансово-економічних показників діяльності роботи суб'єкта господарювання, обумовлена низкою важливих причин. По-перше, у сучасних умовах аналіз фінансового стану підприємства стає ключовою проблемою, як для суб'єкта господарювання, так і для держави загалом. У порівнянні з минулим, коли основний акцент робився на прибутковості, сьогодні важливішими є стабільність, платоспроможність та можливості економічного зростання. По-друге, успішний розвиток суб'єкта господарювання є ключовою умовою для економічного зростання країни, тож важливо, щоб управлінський персонал володів методами аналізу та діагностики фінансової діяльності. По-третє, суб'єкти господарювання, як правило, мають відповідальність за контроль за фінансовими показниками, і недостатнє усвідомлення цих показників може призвести до катастрофічних наслідків для підприємства. Враховуючи це, необхідно враховувати специфіку бізнесу та інтереси різних користувачів інформації, щоб розробляти ефективні методи аналізу, які б відповідали потребам управління та контролю. Тому, актуальність аналізу фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання несе в собі протиріччя між підвищенням ефективності управління та необхідністю балансування обсягу інформації для ефективного аналізу.

Питання діагностики фінансово-економічних показників роботи та їх значення для підвищення ефективності управління суб'єктом господарювання викликало значний інтерес у фахівців та дослідників, що

відобразилося у великій кількості теоретичних робіт і практичних досліджень: О. Берча, О.В. Бохонко, Г.Б. Веретенникова, Ю.М. Голей, В.Л. Дикань, О.В. Коваленко, Т.М. Ковальчук, В.В. Лук'янова, Г.О. Швиданенко, Н.Г. Шпанковська та інші. Проте до цього часу не існує чіткого консенсусу щодо сутності фінансово-економічної діагностики. Ця наука виникла нещодавно, і тому вона стикається із численними невирішеними питаннями, такими, як походження поняття, зміст, цілі та завдання.

Метою роботи є дослідження сутності фінансово-економічної діагностики підприємства, пошук найбільш оптимальних шляхів покращення фінансового стану підприємства та підвищення ступеня його платоспроможності.

Відповідно до мети в роботі визначено наступні завдання:

- 1) розкрити поняття та сутність фінансово-економічної діагностики;
- 2) розглянути методи діагностики фінансово-економічних показників;
- 3) навести інформаційну базу для діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання;
- 4) надати організаційно-економічну характеристику об'єкту дослідження;
- 5) здійснити діагностику фінансового стану суб'єкта господарювання;
- 6) провести аналіз фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання;
- 7) обґрунтувати заходи щодо підвищення рівня показників фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання;
- 8) розробити рекомендації для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання;
- 9) надати оцінку економічної ефективності запропонованих рекомендацій.

Об'єктом дослідження є діагностика фінансово-економічних показників роботи підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання.

Методи дослідження включають теоретичні підходи – аналіз та огляд наукової літератури для розкриття процесу діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання. Історичні методи дослідження включають аналіз теоретичних основ загальних відомостей про підприємство, порівняння та аналіз даних про його діяльність, а також оцінку стану діагностики фінансово-економічних показників. Методи графічного та табличного представлення матеріалу використовуються для наочного відображення результатів дослідження. Крім того, використовуються методи розробки рекомендацій із метою підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання.

Практична значущість проведеного дослідження полягає в тому, що застосування отриманих результатів дослідження щодо вирішення завдань діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання, дозволить приймати економічно виправдані рішення, наприклад, під час розробки певних методів управління господарською діяльністю суб'єкта господарювання, використовувати управлінськими службами підприємства для виявлення резервів підвищення фінансової стійкості підприємства. Запропоновані рекомендації переважно сприятимуть поліпшенню системи планування, а також управлінню ресурсами підприємства.

Структура та обсяг дипломної роботи: дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури й додатків. Робота містить 18 таблиць, 50 джерел літератури та 6 додатків. Основний зміст дипломної роботи викладено на 89 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ
СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

1.1. Поняття та сутність фінансово-економічної діагностики

Діагностика в економіці вітчизняних підприємств – це процес визначення та оцінки стану їхньої функціонуючої діяльності. Від визначення та оцінки функціонування суб'єктів економічного процесу залежить розробка комплексу профілактичних заходів, рекомендацій і процедур, спрямованих на поліпшення цього стану або попередження несприятливих ситуацій та подій у не визначеному ринковому середовищі. Іншими словами, фінансово-економічна діагностика має бути обґрунтованою та достовірною процедурою, від якої залежить подальша діяльність суб'єкта господарювання. Неправильний діагностичний висновок може зробити невдалими всі зусилля підприємства, спрямовані на досягнення стабільності чи кращих перспектив розвитку [25, с. 53].

Діагностика – це процес виявлення та аналізу ознак, що відображають стан економічної системи з метою прогнозування можливих відхилень і запобігання порушень нормального режиму її функціонування [14, с. 172].

Діагностика – це метод визначення природи порушень господарського процесу на основі типових ознак, що характерні лише для даного порушення. Це функція, яка за допомогою інформації, встановлює зв'язок між дослідниками та ринками, споживачами, конкурентами та всіма елементами зовнішнього середовища та найближчого оточення [3, с. 107].

Застосування економічної діагностики стало широко поширеним для аналізу управління підприємством, і його все більше вважають однією з найважливіших галузей знань у сучасній теорії управління. Проте, у сфері фінансово-економічної діагностики досі не існує загальноприйнятого

понятійного апарату. Це пов'язано з тим, що фінансово-економічна діагностика є новим інструментом для аналізу діяльності підприємства, і розробка термінологічної бази зазнає значних труднощів через її новизну.

У літературних джерелах можна зустріти різноманітні погляди на визначення фінансово-економічної діагностики підприємства. Розглянемо сутність цього поняття (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення поняття «фінансово-економічна діагностика»

Автор	Зміст поняття «фінансово-економічна діагностика»
Кривов'язюк І.В. [23, с. 12]	Фінансово-економічна діагностика – це процес вивчення стану об'єкта, виявлення відхилень від звичайного ходу процесів за допомогою наявного методологічного інструментарію. Мета його полягає в ідентифікації проблем та слабких місць, які існують у даний час або можуть виникнути в майбутньому, а також усуненні цих проблем та визначенні шляхів їх подолання через прийняття ефективних управлінських рішень.
Роговий А.В. [34, с. 457]	Фінансово-економічна діагностика не лише включає комплексний аналіз фінансово-майнового стану підприємства та ідентифікацію факторів, що впливають на нього, як всередині, так і зовні, але й визначає стратегічні пріоритети для його майбутнього функціонування.
Соколова Л.В. [39, с. 154]	Фінансово-економічна діагностика – це комплексне дослідження, спрямоване на визначення цілей функціонування підприємства, засобів їх досягнення та виявлення потенційних недоліків.
Горбачук Ю.А. [10, с. 11]	Фінансово-економічна діагностика є процесом визначення та дослідження ознак, які характеризують стан фінансово-економічної системи, з метою прогнозування можливих відхилень та запобігання порушень нормального режиму роботи.
Косянчук Т.Ф. [22, 11]	Фінансово-економічна діагностика – це аналіз та оцінка показників функціонування підприємства, що базується на дослідженні окремих результатів та інших важливих даних. Головна мета полягає у виявленні можливих перспектив розвитку підприємства та оцінці наслідків поточних управлінських рішень. У результаті проведення діагностики робляться висновки щодо необхідності ухвалення конкретних управлінських рішень.
Сарай Н.І. [38, с. 6]	Фінансово-економічна діагностика – це аналіз та систематизована оцінка основних напрямків діяльності підприємства, яка проводиться для оцінювання його поточного стану та виявлення внутрішніх резервів, придатних для подальшого розвитку. Результатом такого діагностування є висновки щодо необхідності ухвалення конкретних управлінських рішень для вирішення існуючих проблем.

Проведений у табл. 1.1 аналіз підходів до визначення поняття «фінансово-економічна діагностика» показав, що серед підходів до

тлумачення сутності поняття «фінансово-економічна діагностика» домінують системний та процесний підходи. Це дає змогу трактувати поняття «фінансово-економічна діагностика», як систематичний процес збору, аналізу та обробки даних про діяльність підприємства за допомогою спеціальних методів. Цей процес включає послідовний підхід до формулювання цілей фінансово-економічної діагностики, розроблення та виконання діагностичних процедур та заходів із поліпшення для визначення поточного стану підприємства та встановлення шляхів його адаптації до реальних та перспективних умов ринкового середовища.

Отже, фінансово-економічна діагностика – це процес аналізу фінансового стану та економічної діяльності підприємства, з метою виявлення проблемних аспектів та розробки стратегій їх вирішення [7].

Підходи до визначення поняття «фінансово-економічна діагностика» можуть бути різноманітними та відображати унікальність індивідуальних досліджень і підходів. Однак, можна виділити деякі загальні аспекти та ознаки таких підходів (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Підходи до визначення поняття «фінансово-економічна діагностика»

Підходи	Зміст підходів
Комплексний аналіз фінансових та економічних показників	Фінансово-економічна діагностика розглядається, як процес аналізу та оцінки фінансового стану підприємства, а також загальної економічної ситуації загалом.
Акцент на інформаційній базі та методології аналізу	У цьому підході велика увага приділяється розробці інформаційної бази для діагностики та використання специфічних методик аналізу, що враховують особливості підприємства.
Спрямованість на прогнозування та стратегічне управління	Фінансово-економічна діагностика розглядається, як інструмент для прогнозування майбутніх тенденцій та стратегічного управління, що допомагає приймати обґрунтовані рішення.
Врахування індивідуальних особливостей підприємства	Підкреслюється необхідність врахування конкретних характеристик та особливостей підприємства при проведенні фінансово-економічної діагностики.

Наведена табл. 1.2 надає узагальнений огляд різних підходів до визначення поняття «фінансово-економічна діагностика» з урахуванням

основних аспектів, що в них включені.

На практиці діагностика функціонування системи, такої як підприємство, повинна включати детальну ідентифікацію його поточного стану шляхом всебічної оцінки факторів, які його впливають. Крім того, важливо визначити тенденції розвитку системи та оцінити можливості для покращення її стану.

З іншого боку, діагностика виступає, як проміжний етап між зовнішнім середовищем та системою управління об'єктом дослідження. З метою оптимізації управлінських рішень будь-яка інформація, що надходить із зовнішнього середовища, а також від самого об'єкта управління, повинна пройти етапи діагностики. Це забезпечує підвищення якості та достовірності інформаційної бази для управління [47, с. 6].

Схема процесу діагностики наведена на рис. 1.1.

Згідно з рис. 1.1, вихідна інформація, яка потрапляє до системи діагностики, проходить через стадії збору та попереднього аналізу. Після цього діагностика розподіляється на два напрямки: діагностику стану та діагностику процесу. Перший напрямок дозволяє виявити причини поточного стану об'єкту, тоді як другий допомагає виявити тенденції розвитку і здійснює можливі прогнози, що виступають інформаційною базою для управлінських рішень. Отже, діагностика включає дослідження не лише статичного стану об'єкту, але і його розвиток у майбутньому.

Головна мета фінансово-економічної діагностики полягає у встановленні діагнозу досліджуваного об'єкта та виявленні змін у його стані з метою формування майбутніх перспектив розвитку. Тільки досягнувши цієї мети на основі формування аналітичної бази даних діагностики, можна переходити до вибору економічної політики та стратегії шляхом розробки та прийняття управлінських рішень [41, с. 5].

Наведемо основні завдання фінансово-економічної діагностики підприємства, які включають [20, с. 23]:

- виявлення факторів, що впливають на фінансовий стан

підприємства;

- аналіз фінансово-економічних показників для оцінки ефективності функціонування підприємства;
- виявлення ризиків і проблемних ситуацій, які можуть виникнути в майбутньому;
- розробка рекомендацій щодо удосконалення фінансово-економічної політики та стратегій розвитку.



Рисунок 1.1 – Схема процесу діагностики

Діагностика є процесом оцінки діяльності підприємства та системи управління, виявлення впливу та причин порушень нормального перебігу

економічних процесів і розробки стратегій удосконалення управління. Цей процес ґрунтується на системному та комплексному підході, а також враховує діючу законодавчу базу [2, с. 166].

Так, згідно з концепцією Т.М. Ковальчук, діагностика дозволяє не лише визначити характер порушень, але й виявити можливі порушення в майбутньому та запобігти їх виникненню. Вона сприяє ухваленню рішень щодо усунення виявлених порушень фінансово-економічного стану [21].

Основними факторами, які можуть призвести до погіршення фінансово-економічного стану підприємства, можуть бути [50, с. 174]:

- дефіцит коштів, що свідчить про низьку ліквідність;
- низький рівень рентабельності;
- прострочена кредиторська заборгованість, перевищення нормативів заборгованості перед бюджетом, персоналом і кредиторами;
- низькі обсяги доходів;
- нераціональне управління результатами діяльності.

Діагностичний процес є неперервною та систематичною діяльністю, результативність якої значною мірою обумовлена наявністю великого досвіду та проводиться у визначені строки та межі простору [24].

Комплекс аналітичних завдань, які вирішує фінансово-економічна діагностика, відображено в табл. 1.3 [17].

Таблиця 1.3 – Перелік аналітичних завдань, які вирішує фінансово-економічна діагностика

Завдання	Опис
Оцінка стану бізнесу	Аналіз загальної ситуації на підприємстві, включаючи фінансовий стан, динаміку ринку та інші ключові показники.
Аналіз роботи, ефективності та стабільності бізнесу	Оцінка того, наскільки добре функціонує підприємство, його продуктивність та стійкість до змін.
Пошук можливих варіантів діагностики на основі наявних і майбутніх структур зв'язку між показниками	Виявлення взаємозв'язків між різними показниками, що характеризують діяльність підприємства для розуміння їх впливу на бізнес.
Оцінка ймовірних наслідків прийняття певних управлінських рішень	Прогнозування можливих наслідків різних управлінських рішень на продуктивність, фінансовий стан і платоспроможність бізнесу.

Наведена табл. 1.3 допомагає усвідомити різноманітні аспекти, які включаються до процесу фінансово-економічної діагностики підприємства.

Процес фінансово-економічної діагностики підприємства складається з кількох етапів: дослідницького, пошукового та пізнавального [25, с. 56]:

- на першому етапі здійснюється збір усієї необхідної інформації та підбір вхідних даних для подальшого аналізу;
- на другому етапі проводиться аналіз, оцінка, встановлення діагнозу та прогнозу на основі зібраної інформації;
- на третьому етапі визначаються результати дослідження, і діагностика відбувається через моніторинг діяльності підприємства.

Так, комплексна діагностика фінансово-економічного стану підприємства є важливим інструментом для виявлення та усунення наслідків неправильних рішень або впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Серед негативних сценаріїв, які можуть виникнути, можна виокремити [6]:

- втрата платоспроможності та банкрутство підприємства;
- неритмічність виробничих процесів;
- погіршення якості виготовлення продукції;
- труднощі з реалізацією товарів;
- брак коштів на рахунках підприємства;
- зниження рентабельності підприємства;
- загроза економічних санкцій тощо.

Тому важливо здійснювати систематичну діагностику та реагувати на виявлені проблеми своєчасно для забезпечення стабільності та ефективності діяльності підприємства.

Отже, фінансово-економічна діагностика представляє собою систематичний аналітичний процес, спрямований на постійний моніторинг фінансово-економічних процесів та явищ, з метою оцінки стану суб'єкта господарювання та вчасного виявлення проблем його функціонування. Цей процес включає аналіз прямих і непрямих ознак, спрямований на розробку стратегій і заходів для усунення причин погіршення технічних та

економічних показників діяльності.

Фінансово-економічна діагностика підприємства характеризується ситуаційною специфікою, що вимагає чіткого формулювання та кількісної оцінки сукупності подій і обставин, які розвиваються в часі та просторі й мають визначені наслідки і значення.

Таким чином, можемо зробити висновок, що фінансово-економічна діагностика є невід'ємною складовою процесу управління підприємством. Вона відіграє важливу роль у виявленні потенційних проблем та ризиків, що можуть виникнути, та в прийнятті необхідних заходів для їх вирішення. Вона надає керівництву підприємства об'єктивну інформацію про його фінансовий стан, ефективність діяльності та можливості розвитку. Її систематичне проведення дозволяє підтримувати стабільність, забезпечувати ефективне управління ресурсами та вчасно реагувати на зміни в економічному середовищі. Тому, фінансово-економічна діагностика є важливим інструментом для досягнення успішного функціонування та розвитку підприємства.

1.2. Методи діагностики фінансово-економічних показників

Метод діагностики – це спосіб здобуття та аналізу необхідної інформації. Кожен метод діагностики може включати різні техніки, інструменти та процедури залежно від конкретної сфери застосування та цілей діагностики [22, с. 19].

Відповідно до використаної інформації, методи фінансово-економічної діагностики поділяються на кількісні та методи експертної оцінки. Кількісні методи базуються на визначенні конкретних числових показників, що відображають діяльність підприємства та досягнуті результати [41, с. 8].

Вибір методів отримання інформації визначається метою діагностики, об'єктом аналізу та конкретними умовами діяльності підприємства.

Найефективнішим є використання комбінації різних методів отримання інформації [22, с. 22].

Методи діагностики фінансово-економічних показників залежно від інформаційного забезпечення, наведені в додатку А.

Розглянемо найбільш розповсюджених методи фінансово-економічної діагностики.

Статистичні методи фінансово-економічних показників підприємства використовуються для аналізу первинної інформації шляхом узагальнення та обробки даних, з метою виявлення відносних і середніх величин, індексів, темпів приросту, зростання, абсолютних значень одного відсотка приросту та інших показників, які характеризують динаміку діяльності [37, с. 8].

Основні статистичні методи, що використовуються в діагностиці, включають [22, с. 21]:

- кореляційний аналіз – метод дозволяє встановити взаємозв'язок між двома або більше змінними, наприклад, між рівнем прибутку та рівнем витрат на рекламу. Він допомагає виявити, наскільки одна змінна залежить від іншої та чи існує між ними певний паттерн;
- регресійний аналіз – метод використовується для прогнозування значень однієї змінної на основі значень інших змінних. Наприклад, за допомогою регресійного аналізу можна прогнозувати обсяг продажів на основі рівня рекламних витрат;
- факторний аналіз – метод дозволяє виявити основні фактори, які впливають на певний економічний показник. Він допомагає визначити, які змінні є найбільш важливими для пояснення варіації в цьому показнику;
- кластерний аналіз – цей метод дозволяє групувати спостереження або об'єкти в кластери на основі їхніх схожих характеристик. Він допомагає виявити групи підприємств або ринкових сегментів зі схожими характеристиками.

Під час проведення діагностики найчастіше визначають відносні величини (коефіцієнти), а також показники структури, які дозволяють

оцінити стан підприємства. Аналіз цих показників за певний період часу надає можливість оцінити тенденції його розвитку, що має велике значення при оцінці фінансово-економічного стану та розробці стратегій управління.

Такий підхід дозволяє здійснювати об'єктивний аналіз та порівняння показників діяльності підприємства на різних етапах його розвитку, а також виявляти тенденції та визначати перспективи для подальшого розвитку.

Методи економічного (факторного) аналізу спрямовані на пояснення змін результативних показників шляхом врахування змін показників факторних. Встановлення зв'язку між цими змінами дозволяє відповісти на запитання про те, які фактори вплинули на зміни показників, що описують поточний стан підприємства. Серед найбільш поширених методів факторного аналізу можна виокремити балансовий метод та багатофакторні мультиплікативні моделі, які дозволяють врахувати вплив змін багатьох факторів на зміну результативних показників. Головним недоліком цих методів є те, що вони дозволяють пояснити причини змін показників, але не дозволяють оцінити наслідки [8, с. 62].

Методи фінансового аналізу використовуються для оцінки фінансового стану підприємства та розробки стратегій для його покращення [8, с. 62].

Багато якісних і кількісних факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства, можуть бути прихованими у її фінансовій звітності. Оскільки визначення високоякісного фінансового звіту не є стандартизованим, необхідно ретельно розглядати різноманітні фактори, щоб отримати повне розуміння міцності фінансового стану підприємства. Якщо фінансовий звіт належним чином складений і супроводжується відповідним розкриттям інформації, баланс може надати уявлення про наступні фактори, які часто різняться залежно від компанії та галузі [5, с. 54]:

- ступінь ліквідності підприємства – аналіз того, чи має підприємство достатньо готівки, інших ліквідних активів або кредиту для своєчасної оплати своїх зобов'язань та відповіді на питання, чи відповідає структура капіталу структурі активів;

- характер бізнесу – аналіз ризиків та порівняння принципів та методів бухгалтерського обліку підприємства з іншими в галузі;
- використання методів оцінки первісної вартості або справедливої вартості – оцінка різниці між сумами, отриманими за методами первісної вартості та справедливої вартості;
- оцінки та припущення, використані у фінансовій звітності – аналіз того, чи становлять резерви, засновані на оцінках керівництва, значну частину оцінки пасивів або активів, а також перевірка на достовірність суджень;
- можливість знецінення – оцінка обґрунтованості політики підприємства щодо оцінки знецінення та перевірка, чи викликають будь-які економічні, результативні чи галузеві тенденції питання щодо здатності повернути активи за їхньою обліковою сумою.

Отже, сутність методів фінансового аналізу полягає в зборі, систематизації, обробці та аналізі фінансової інформації з метою отримання об'єктивної картини фінансового стану та фінансових перспектив підприємства.

Методи інтегральної оцінки фінансового стану підприємства дозволяють здійснити оцінку його фінансового стану, використовуючи інтегральні показники. Ці показники об'єднують вплив різних факторів на фінансовий стан і обираються підприємством з урахуванням його специфіки. Один із можливих методів узагальнення показників фінансового стану полягає у використанні середньої геометричної за формулою 1.1 [41, с. 10]:

$$I_{ON} = \sqrt[n]{X_1 \cdot X_2 \cdot \dots \cdot X_n}, \quad (1.1)$$

де $X_1, X_2 \dots X_n$ – значення показників, що характеризують фінансовий стан підприємства;

n – кількість показників.

Також, для зведеної оцінки фінансового стану підприємств можна

використовувати методи кореляційного та регресійного аналізу.

Методи діагностики банкрутства застосовуються для прогнозування ймовірності банкрутства підприємства. Найпоширенішим методом є використання емпіричних моделей, які оцінюють ймовірність банкрутства, враховуючи фінансові показники підприємства, співвідношення між активами та зобов'язаннями, структуру капіталу та інші фактори. Найвідомішою серед таких моделей є модель оцінки ймовірності банкрутства на основі Z-критерію Е. Альтмана [45, с. 392].

Методи визначення вартості підприємства, або методи оцінки бізнесу, використовуються для діагностики вартості підприємства. Залежно від принципів, які лежать в основі визначення вартості, методи оцінки поділяються на три підходи [36, с. 21-22]:

- дохідний підхід (метод прямої капіталізації доходу та метод дисконтування грошових потоків) – застосовується для оцінки підприємств, які показують зростання фінансових результатів, є перспективними й мають стратегічні переваги. Вартість таких підприємств визначається на основі прогнозування і дисконтування грошових потоків за певний період. Логіка застосування доходного підходу базується на тому, що вартість підприємства визначається з урахуванням поточної вартості майбутніх грошових потоків, тобто, економічних вигод власника;

- витратний підхід (метод чистих активів та метод ліквідаційної вартості) – передбачає визначення вартості підприємства на основі розрахунку ринкової вартості активів з урахуванням зобов'язань на певний момент часу. Цей підхід застосовується для визначення вартості підприємств, які припинили свою діяльність і не можуть бути оцінені іншими методами;

- порівняльний, або ринковий, підхід (метод ринку капіталу (компанії-аналога), метод ринкових угод та метод мультиплікатора (галузевих коефіцієнтів)) – передбачає визначення вартості підприємства на основі інформації про угоди щодо продажу аналогічних підприємств. Застосування методів цього підходу можливе лише за умов розвинутого

фондового ринку і високої ділової активності його суб'єктів.

Отже, наведені кількісні методи дозволяють об'єктивно оцінити фінансово-економічний стан підприємства та прийняти обґрунтовані рішення щодо його управління та розвитку.

Експертні методи використовуються для діагностики стану підприємства у випадках, коли явища або процеси не можуть бути оцінені кількісно. Основою цих методів є аналіз думок експертів, які залучаються з урахуванням їх досвіду та компетенції. До найбільш розповсюджених експертних методів належать SWOT-аналіз, метод Дельфі та «метод мозкового штурму».

SWOT-аналіз зазвичай використовується в стратегічному плануванні й пов'язаний із визначенням сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз, що впливають на його діяльність. Основними етапами застосування методу є класифікація факторів, оцінка їх впливу з урахуванням думок експертів, оцінка досягнутих результатів та прийняття рішень щодо посилення позицій підприємства. Цей метод часто використовується для розробки маркетингових стратегій, оскільки дозволяє оцінити конкурентні переваги підприємства [1, с. 39].

Метод «Делфі» в контексті діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання передбачає використання експертних оцінок для аналізу фінансової діяльності підприємства. Цей метод включає залучення групи експертів, які відповідають за певні аспекти фінансового аналізу. Експерти надають свої оцінки щодо фінансових показників на основі свого досвіду та знань. Після цього результати оцінок аналізуються, а експерти можуть бути повторно опитані для уточнення результатів. Такий процес дозволяє отримати комплексну та об'єктивну оцінку фінансового стану підприємства [9, с. 180].

Основні етапи застосування методу «Делфі» [5, с. 15]:

- формулювання питань – на цьому етапі визначаються проблеми або питання, щодо яких потрібні експертні оцінки;

- відбір експертів – обираються кваліфіковані експерти з відповідною експертизою та досвідом у відповідній галузі;
- анкетування – експерти заповнюють анкети, де вони висловлюють свої оцінки та думки щодо визначених питань;
- аналіз результатів – після збору анкет результати аналізуються для виявлення загальних тенденцій та визначення консенсусу серед експертів;
- повторне опитування (ітерації) – у разі потреби експерти можуть бути опитані знову для уточнення результатів або досягнення консенсусу;
- представлення результатів – остаточні результати аналізу надаються замовнику або використовуються для прийняття рішень відповідно до поставленої мети.

При формуванні групи експертів враховується їх досвід у вирішенні схожих проблем і кваліфікація. Опитування експертів проводиться з дотриманням конфіденційності щодо їхніх думок, використовуючи передбачені заздалегідь анкети.

Важливим кроком у методі є оцінка результатів опитування. Шляхом обробки думок експертів визначається коефіцієнт конкордації, що демонструє, наскільки оцінки експертів узгоджені між собою. Для розрахунку коефіцієнту конкордації (W) використовується співвідношення, за формулою 1.2 [41, с. 12]:

$$W = \frac{12 \cdot \sum_{j=1}^m \left[\sum_{i=1}^n x_{ij} - \frac{1}{2}mn + 1 \right]^2}{m^2 n^3 - n}, \quad (1.2)$$

де m – кількість експертів;

n – кількість об'єктів (факторів) що оцінюються;

x_{ij} – оцінка i -го фактора j -м експертом.

Чим ближче значення коефіцієнта конкордації до 1, тим більшу згоду показують експерти у своїх думках.

Однією з переваг цього методу є його широкий спектр застосування: він використовується не лише для оцінки економічних явищ і процесів, але й у інших сферах діяльності.

Метод «мозкового штурму» відрізняється від попереднього тим, що він передбачає відкрите обговорення експертами шляхів вирішення абсолютно нових проблем. У процесі такого обговорення можуть висловлюватися будь-які ідеї, які потім доопрацьовуються. Метод «мозкового штурму» не передбачає проведення анкетування та обробки результатів. Його головна мета полягає в тому, щоб запропонувати методи вирішення проблем, з якими підприємство стикається вперше [40, с. 24].

Наприклад, підприємство стикається зі складною фінансовою ситуацією через стрімке зниження прибутковості у зв'язку зі змінами на ринку. Замість традиційного аналізу фінансових звітів, команда експертів, використовуючи метод «мозкового штурму», збирається разом для спільного обговорення проблеми. Під час цього процесу експерти можуть висловлювати різні ідеї та підходи до управління ресурсами, залучення нових ринків або перегляду стратегії ціноутворення. Різноманітність думок та перспектив сприяє виявленню незвичних, але ефективних рішень для покращення фінансового стану підприємства.

Отже, метод «мозкового штурму» використовується в діагностиці фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання для творчого знаходження рішень та вирішення складних проблем, що можуть виникати в цій сфері. Він дозволяє залучити експертів до відкритого обговорення нових або незвичних ситуацій, внаслідок чого можуть виникнути нові ідеї та підходи до аналізу та вирішення проблем.

Діагностика фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання має свої особливості, серед яких можна виділити [40, с. 18]:

- мультиаспектність. Діагностика включає аналіз не лише фінансових показників, а й економічних, організаційних, технічних та інших аспектів діяльності підприємства;

- комплексність. Для повного оцінювання стану суб'єкта господарювання використовуються різноманітні методи та інструменти (фінансовий аналіз, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз тощо);

- динамічність. Оскільки фінансово-економічна ситуація підприємства постійно змінюється, діагностика має проводитися регулярно з метою вчасного виявлення та вирішення проблем;

- індивідуалізація. Підхід до діагностики повинен бути індивідуальним і враховувати специфіку суб'єкта господарювання, його галузь, ринкове середовище та стратегію розвитку;

- прогностичність. Діагностика передбачає не тільки виявлення проблем, а і прогнозування їх можливих наслідків та розробка стратегій подальшого розвитку.

Отже, наведені особливості враховуються під час проведення діагностики фінансово-економічних показників для ефективного управління суб'єктом господарювання.

Недоліками використання методів діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання можуть бути [40, с. 18]:

- обмеженість фокусу – деякі методи можуть зосереджуватися виключно на фінансових аспектах, не враховуючи інших важливих аспектів діяльності підприємства (якість продукції, ринкові тенденції або ступінь задоволеності клієнтів);

- суб'єктивність оцінки – експертні методи можуть бути суб'єктивним оцінкам індивідуальних експертів, що призведе до відхилень у результаті аналізу;

- чутливість до помилок – неправильне визначення вхідних даних або використання неточних даних може призвести до неточних висновків або рекомендацій;

- підвищений обсяг ресурсів – деякі методи можуть вимагати значних фінансових і часових витрат для здійснення діагностики, що може бути неефективним у випадку обмежених ресурсів;

- недостатній розгляд аспектів діяльності – деякі методи можуть не враховувати всі аспекти діяльності підприємства, що може призвести до неповного розуміння ситуації загалом.

Тому, для проведення ефективної фінансово-економічної діагностики, вибір відповідного методу для отримання якісної початкової інформації є вельми критичним, враховуючи специфіку самого дослідження. Основними засобами отримання якісних вихідних даних для діагностики є [8, с. 63]:

- аналіз в офісних умовах, що включає роботу зі статистичними даними, основними бухгалтерськими документами та внутрішньою інформацією управлінського обліку;

- самооцінка, яка визначається оцінкою різних систем та підсистем підприємства щодо досягнення поставлених цілей та завдань, наявності необхідних ресурсів за допомогою різних методів та процедур;

- діагностичні інтерв'ю, які включають бесіди з керівниками та ключовими фахівцями підприємства, щодо розуміння ними проблем та шляхів їх вирішення, а також анкетування співробітників підприємства;

- діагностичне спостереження, що включає збір інформації про зовнішні прояви діяльності підприємства, дії його працівників на виробництві, в офісних приміщеннях, їх участь у презентаціях, на нарадах, виставках тощо.

Вибір відповідного методу для здійснення фінансово-економічної діагностики є критично важливим для досягнення ефективних результатів, враховуючи конкретні умови та особливості дослідження. Основними інструментами для отримання якісної вихідної інформації для діагностики є аналіз в офісних умовах, самооцінка, діагностичні інтерв'ю та діагностичне спостереження. Ці методи дозволяють здійснювати комплексний та всебічний аналіз фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання, щоб визначити його поточний стан та перспективи розвитку.

Отже, фінансово-економічна діагностика стає ключовим елементом

забезпечення ефективності сучасного господарювання підприємств. З її допомогою виявляються та аналізуються різноманітні фінансово-економічні аспекти, що визначають успішність управління. Збагачений методичний апарат фінансово-економічної діагностики надає широкий вибір інструментів для аналізу та прийняття рішень. Вміння правильно вибирати та застосовувати ці інструменти свідчить про глибоке розуміння проблеми та здатність знайти оптимальні шляхи її вирішення на підприємстві.

Таким чином, можемо зробити висновок, методи діагностики фінансово-економічних показників поділяються на кількісні та методи експертної оцінки, залежно від того, яка інформація використовується для аналізу. Кількісні методи ґрунтуються на визначенні конкретних кількісних показників, що характеризують діяльність підприємства та досягнуті результати. Вибір таких параметрів залежить від виду та напрямку фінансово-економічної діагностики, а також від специфіки підприємства.

Кількісні методи дають можливість отримати об'єктивну та кількісну інформацію, що сприяє більш точному аналізу та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. У той же час, методи експертної оцінки дозволяють враховувати не кількісні аспекти, які можуть бути важливими для прийняття стратегічних рішень, але не завжди можуть бути виміряні кількісно.

Отже, використання обох типів методів дозволяє отримати більш повне та всебічне розуміння фінансового та економічного стану підприємства.

1.3. Інформаційна база для діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання

Джерела інформації для дослідження діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання – це документальні, статистичні, аналітичні та інші джерела, що містять відомості про фінансовий стан, економічну діяльність, обсяги виробництва та інші

показники, які дозволяють оцінити ефективність функціонування суб'єкта господарювання [46, с. 59].

Надійність фінансової інформації в джерелах для дослідження діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання означає, що ці джерела мають високу достовірність та об'єктивність. Забезпечення надійності фінансової інформації включає [46, с. 60]:

- адекватність джерел – інформація має бути отримана з достовірних джерел: офіційні фінансові звіти, аудиторські документи, внутрішні аналітичні звіти тощо;
- об'єктивність – інформація не повинна бути спрямованою на вигоду певних зацікавлених сторін або перекручувати реальний стан справ підприємства;
- достовірність даних – інформація має бути базована на достовірних фактах та точних числових показниках;
- дотримання стандартів – джерела інформації повинні відповідати встановленим бухгалтерським та аудиторським стандартам;
- перевірка та аудит – фінансові звіти повинні бути перевірені особисто підприємством або за допомогою аудиту (незалежними експертами) для підтвердження їхньої надійності.

Загальна надійність фінансової інформації в джерелах для дослідження фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання є ключовим фактором для впевненості та об'єктивності аналізу.

До додаткових вимог відносяться [46, с. 61]:

- порівнянність, що визначається, як можливість порівняння фінансових даних про діяльність певного підприємства з інформацією, зібраною за широким спектром критеріїв;
- сталість, що гарантує дотримання одних і тих же процедур складання фінансової звітності протягом одного облікового періоду (року), тобто, підприємство не має права змінювати, наприклад, спосіб обліку товарно-матеріальних запасів середині облікового періоду.

Потреба в покращенні результатів діяльності підприємства впливає з його важливої ролі в розвитку організації та забезпеченні гармонії між інтересами власників, персоналу та держави. Ефективність регулювання результатів, так само, як і ефективність будь-якої управлінської системи, значною мірою залежить від якості її інформаційної бази. Чим ширше є оперативна, інвестиційна та фінансова діяльність підприємства, тим важливіша стає роль якісної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень у сфері формування та використання рівня результатів його діяльності.

Ефективність фінансово-економічної діагностики залежить від глибини та результативності аналізу, що обумовлено обсягом, своєчасністю та якістю використовуваної інформації. Інформація повинна бути повною та різнобічною, а також надходити вчасно та бути достовірною. Однак, іноді можуть виникати обмеження щодо доступу до необхідних даних для проведення аналітичних досліджень. Незважаючи на це, проведення діагностики в умовах обмеженої інформації не повинно негативно впливати на якість роботи та формування висновків. Проблеми з інформацією можуть виникати не лише через її відсутність або перекручення, а також через обмеження у її використанні або через існування комерційної та іншої конфіденційності.

Створення системи інформаційного забезпечення результатів діяльності підприємства включає систематичний відбір відповідних інформаційних показників для подальшого аналізу, планування та ухвалення стратегічних та оперативних управлінських рішень.

Сутність і застосування показників результативності діяльності підприємства відповідно співвідносяться з показниками, що складають загальну систему інформаційного забезпечення управління підприємством та класифікуються за різними ознаками. При цьому система інформаційного забезпечення регулювання результатів діяльності підприємства розглядається в тісному взаємозв'язку з використанням міжнародних стандартів у

бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в Україні [27; 28].

Отже, інформаційна база фінансово-економічного діагностування – це комплекс інформації внутрішнього й зовнішнього характеру, що стосується результатів і перспектив діяльності підприємства. Можливість формування та якісні характеристики інформаційної бази дослідження є важливими факторами, оскільки доступ до різних джерел інформації визначає повноту й достовірність даних, а також впливає на вибір методів дослідження та коректність результатів [38, с. 13].

Різновиди джерел інформації про діяльність підприємства наведені в додатку Б [22, с. 20].

Види джерел інформації про діяльність підприємства можна поділити на зовнішню фінансову звітність та внутрішню (управлінську) звітність [33, с. 14]:

- зовнішня фінансова звітність – ці види включають бухгалтерську, податкову, статистичну та спеціальну інформацію, яка використовується, як всередині, так і поза межами підприємства, і завжди має підпис керівника та головного бухгалтера;
- внутрішня (управлінська) звітність – це система взаємопов'язаних економічних показників, яка характеризує результати діяльності підрозділів протягом певного періоду і встановлена наказом про облікову політику підприємства. Подання, види і зміст цієї звітності визначаються безпосередньо господарюючим суб'єктом. Вона не призначена для зовнішніх користувачів і її показники не оприлюднюються.

Суб'єкт господарювання у своїй діяльності складає значну кількість різноманітних форм звітності [28]:

- оперативна звітність представляє собою документи, які формуються на завершальному етапі оперативного обліку. Така звітність розробляється та затверджується конкретним підприємством і описує окремі господарські операції, може бути індивідуальною або диференційованою. Цю звітність використовують керівники середнього рівня з метою отримання інформації

для ухвалення рішень на поточний період;

- фінансова звітність представляє собою документи, що містять інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період та інше. В Україні фінансова звітність – це система взаємопов’язаних узагальнених показників, яка характеризує фінансовий стан підприємства на визначену дату та результати його діяльності за звітний період, і базується на бухгалтерському обліку підприємства. Така звітність є єдиною для всіх суб’єктів господарювання, і з нею працюють керівники, замовники, постачальники, банки та інші зацікавлені сторони;

- бухгалтерська звітність є звітністю, яка формується на основі даних бухгалтерського обліку, з метою задоволення інформаційних потреб різних користувачів. За своїм обсягом ця звітність включає фінансову звітність та внутрішньосистемну (спеціальну), яка забезпечує інформацію для внутрішніх потреб управління, використовуючи дані з оперативної та статистичної звітності;

- податкова звітність – це звітність, яку складають суб’єкти господарювання, що сплачують податки, та яка надає інформацію органам Державної фіскальної служби України. Вона відображає стан зобов’язань підприємства, пов’язаних із нарахуванням і сплатою податків та інших обов’язкових платежів, і призначена для фіскальних цілей. Податкова звітність повинна формуватися на основі інформації з бухгалтерського обліку, з урахуванням вимог податкового законодавства;

- статистична звітність – це звітність, яку складають усі суб’єкти господарювання, та яка надає інформацію органам Державної служби статистики для оцінки стану й розвитку економіки держави та планування макроекономічних показників. Вона є системою кількісних і якісних показників, вимірювання та узагальнення яких відрізняється від бухгалтерського обліку. Статистична звітність призначена для статистичного аналізу господарської діяльності підприємств і галузей економіки. Вона

відображає окремі аспекти діяльності підприємств (виконання плану за обсягом та якістю продукції, динаміка продуктивності праці тощо). Статистична звітність складається на підставі даних бухгалтерського, статистичного та оперативного обліку.

Фінансово-економічна діагностика, яка ґрунтується виключно на даних бухгалтерської звітності, приймає характер зовнішньої діагностики, тобто, діагностики, що проводиться за межами підприємства його зацікавленими контрагентами. Вона має такі особливості [35]:

- велика кількість суб'єктів, які здійснюють діагностику та використовують інформацію про діяльність підприємства;
- різноманітність цілей та інтересів, які виступають у ролі суб'єктів діагностики;
- наявність стандартів обліку, звітності та типових методик, що використовуються в діагностиці;
- орієнтація діагностики на публічну, зовнішню звітність підприємства, яка доступна громадськості та зацікавленим сторонам;
- максимальна прозорість результатів діагностики для користувачів інформації про діяльність підприємства.

Згідно з Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку, інформаційною базою для фінансово-економічної діагностики є дані [27]:

- балансу підприємства (форма № 1);
- звіту про фінансові результати (форма № 2);
- звіту про рух грошових коштів (форма № 3);
- звіту про власний капітал (форма № 4);
- приміток до річної фінансової звітності (форма № 5).

Усі показники балансу та іншої бухгалтерської звітності взаємопов'язані, і їхнє значення для своєчасної та якісної оцінки фінансового стану підприємства залежить від достовірності та систематизації в них відповідної інформації.

Позаоблікові джерела включають [46, с. 61]:

- звіти з ревізії та внутрішнього аудиту;
- протоколи з виробничих нарад, зборів трудових колективів, комісій та засідань правління;

- накази, розпорядження та доповідні записки від керівного складу;
- довідники, призначені для внутрішнього користування;
- програми, плани та проекти щодо розвитку підприємства;
- патенти та ліцензії.

Зовнішні джерела включають [46, с. 61]:

- відкрита інформація офіційних джерел та засобів масової інформації: звіти, довідники, реклама та Інтернет ресурси;
- інформація, надана державними та приватними національними та міжнародними інформаційними службами;
- не конфіденційна та конфіденційна інформація, отримана від носія інформації в довірчому порядку.

Наведений перелік джерел інформації не є вичерпним, тому під час пошуку необхідної інформації можуть бути залучені й інші фізичні та юридичні особи, з огляду на поставлені завдання.

Весь зібраний для діагностики стану підприємства матеріал, зокрема, показники обліку та звітності, має бути ретельно перевірений за формою і змістом [38, с. 13]:

- під час перевірки інформації за формою здійснюється оцінка правильності оформлення документів та звітів, зокрема, перевіряється повна наявність та заповнення всіх необхідних реквізитів, таблиць, підписів, а також арифметичних сум та підсумків. Також важливо визначити відповідність і спадкоємність цифр, перенесених з інших документів та попередніх років, а також узгодженість цифр у різних формах звіту та взаємозалежних показників;

- під час перевірки інформації за змістом, яка може бути проведена тільки на підприємстві, оцінюється відповідність звіту даним бухгалтерського обліку, а достовірність самого обліку перевіряється за його

відповідністю реальному стану речей та процесів на підприємстві. Мета перевірки полягає в тому, щоб встановити доброякісність інформації, тільки після цього можна розпочати діагностику діяльності підприємства.

Тому, враховуючи комплексний аналіз джерел та методів формування інформаційної бази фінансово-економічного діагностування, можна проводити всебічне діагностування в будь-яких сферах бізнесу.

Разом із тим, обговорюється питання про те, наскільки достатня є інформаційна база для діагностування. Загалом вважається, що більший обсяг даних призводить до кращих результатів діагностування і, отже, сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень. Однак, орієнтація на великі обсяги інформації часто призводить до того, що дані стають безсистемними та важкодоступними для раціонального використання. Оцінка стану об'єкта все частіше базується на інформації якісного характеру, яка може бути суб'єктивною. Тому для аналітика, який ставить перед собою мету уточнити завдання діагностування конкретного об'єкта, важливо оптимізувати не тільки обсяг інформації, але й методи її обробки, що відповідають способу уявлення про об'єкт.

Таким чином, дослідження фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання вимагає доступу до різноманітних джерел інформації, щоб забезпечити об'єктивний та повний аналіз. Основні джерела, які можуть бути використані для цього включають фінансові звіти – баланс, звіт про прибутки та збитки, та звіт про грошові потоки, які надають детальну інформацію про фінансовий стан підприємства. Крім того, інші джерела – статистичні дані, бізнес-аналітика, ринкові дослідження, та інші звіти та публікації, – можуть також бути корисними для отримання контекстуальної інформації та порівняння з іншими суб'єктами господарювання. Залежно від конкретних потреб та цілей дослідження, важливо враховувати різноманітність джерел інформації та їхню достовірність для забезпечення точного та ретельного аналізу фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РОБОТИ
СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ
ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика об'єкту дослідження

Запорізька кондитерська фабрика розпочала свою діяльність 13 листопада 1945 року. Спочатку це було невелике підприємство, яке ще мало довести своє право на існування. У той час на фабриці запустили першу виробничу лінію з виготовлення цукерок. Важко уявити, що тоді, на початку свого шляху, ця фабрика могла стати одним із провідних виробників кондитерських виробів в Україні [12].

Упродовж десятиліть фабрика поступово розширила свої виробничі потужності, впроваджуючи нові технології та розширюючи асортимент продукції. У 2011 році підприємство отримало нову назву – приватне акціонерне товариство «Запорізька кондитерська фабрика» (ПрАТ «ЗКФ»). Це стало важливим етапом у розвитку підприємства, який відобразив його прагнення до інновацій та відповідності сучасним ринковим вимогам.

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є юридичною особою, що діє відповідно до чинного законодавства України. Як приватне акціонерне товариство, підприємство має власний статут, який регулює його внутрішні справи та взаємовідносини з акціонерами, партнерами та іншими суб'єктами господарювання.

Основний виробничий корпус та офіс підприємства знаходяться в місті Запоріжжя на вулиці Святого Миколая, 7. Тут розташовані основні виробничі лінії та найсучасніше високотехнологічне обладнання, що дозволяє виготовляти різні види грильяжних, пралінових і помадних цукерок, кілька сортів карамелі, халву та смачні вафлі.

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» здійснює різноманітну господарську діяльність, яка охоплює кілька ключових напрямків.

Наведемо види діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» згідно КВЕД [32]:

- виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів (10.82 – основний);
- оптова торгівля цукром, шоколадом і кондитерськими виробами (46.36);
- роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (47.11);
- роздрібна торгівля з лотків та на ринках продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами (47.81);
- вантажний автомобільний транспорт (49.41).

Метою діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є отримання прибутку через виробничо-комерційну діяльність, спираючись на принципи самостійного покриття витрат, самофінансування та повного обліку витрат.

Підприємство має Сертифікат відповідності системи управління якістю, який підтверджує відповідність якості виробництва міжнародним стандартам ISO 9001:2008 з використанням методології стандарту ISO 19011:2011.

Завдяки високому рівню професіоналізму технологів та глибокому дослідженню смакових уподобань споживачів, підприємство досягло високої якості у виробництві кондитерських виробів.

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» успішно зайняла стійку позицію на конкурентному кондитерському ринку й наразі заслужено вважається одним із найбільших виробників кондитерських товарів в Україні.

На ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» зареєстровано 27 торгових марок та 15 ліцензій.

Асортимент продукції ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» належить до категорії середньо-високої. Незважаючи на високу якість, ціни на продукцію залишаються демократичними й доступними для покупців із середнім рівнем достатку.

Підприємство ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» виробляє широкий асортимент кондитерських виробів (150 найменувань кондитерських виробів):

- цукерки на праліновій та вафельній основі;
- цукерки неглазуровані та глазуровані помадні і пралінові;
- карамель із помадною, фруктовую і шоколадно-горіховою начинкою;
- льодяники карамель;
- вафлі – «Артек» і «Десертні»;
- соняшникова фасована і вагова халва;
- затяжне й цукрове печиво;
- подарункові набори цукерок у барвистих коробках;
- солодкі подарункові набори для дітей.

Протягом останніх років керівництво ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» провело перегляд асортименту продукції, здійснивши скорочення за рахунок неефективних видів товарів. Підприємство спрямовує свої зусилля на виробництво продукції, доступної більшості покупців, при цьому забезпечуючи високий стандарт якості.

Отже, продукція ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» відзначається високою якістю, безпечністю та широким асортиментом. Також, важливим фактором успіху є цінова політика підприємства, оскільки для споживача це має велике значення.

Основними споживачами продукції ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є області – Запорізька, Дніпропетровська, Кіровоградська, Львівська, які купують понад 71 % від усього обсягу товарів підприємства. Експорт підприємства становить 29 % від загального обсягу продажів [32].

У місті Запоріжжі основними споживачами продукції ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є великі супермаркети та оптові фірми, які спеціалізуються на торгівлі кондитерськими виробами. До найбільших клієнтів підприємства належать – супермаркет «Велика Кишеня», оптово-роздрібний магазин «Фуршет», супермаркет «Сільпо», ТОВ «АТБ-маркет».

Також, продукцію ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» можна купити на сайті – https://zakaz.ua/uk/products/varus02603668_000000/цукерка-Україна.

Доставка продукції ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» до супермаркетів та оптових фірм, зазвичай, здійснюється самовивезенням за попередньо оформленими заявками безпосередньо зі складу.

Постачання сировини та матеріалів для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» здійснюється на підставі довгострокових угод з 54 вітчизняними промисловими підприємствами, серед яких: ТОВ «КиївМлин», Білоцерківський КХП, Яготинський та Кагарлицький цукрові заводи, Вінницький олійно-жировий комбінат, постачальник лецитину ПАТ «Sintez» (м. Борислав Львівської області та інші промислові підприємства. Відносини з постачальниками є позитивними та сприяють подальшому розвитку бізнесу.

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» працює відповідно до свого статуту та всіх чинних законів України. У своїй діяльності вона не має дочірніх підприємств, філій або інших структурних підрозділів.

Головною структурою ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є основне виробництво, до складу якого входять цехи: цукерковий, карамельний, цех печива та халви та допоміжні служби: транспортна дільниця, відділи головного механіка та головного енергетика (рис. 2.1).

Організаційна структура ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є чітко визначеною і розподіленою за функціональними підрозділами, що забезпечує ефективне управління підприємством.

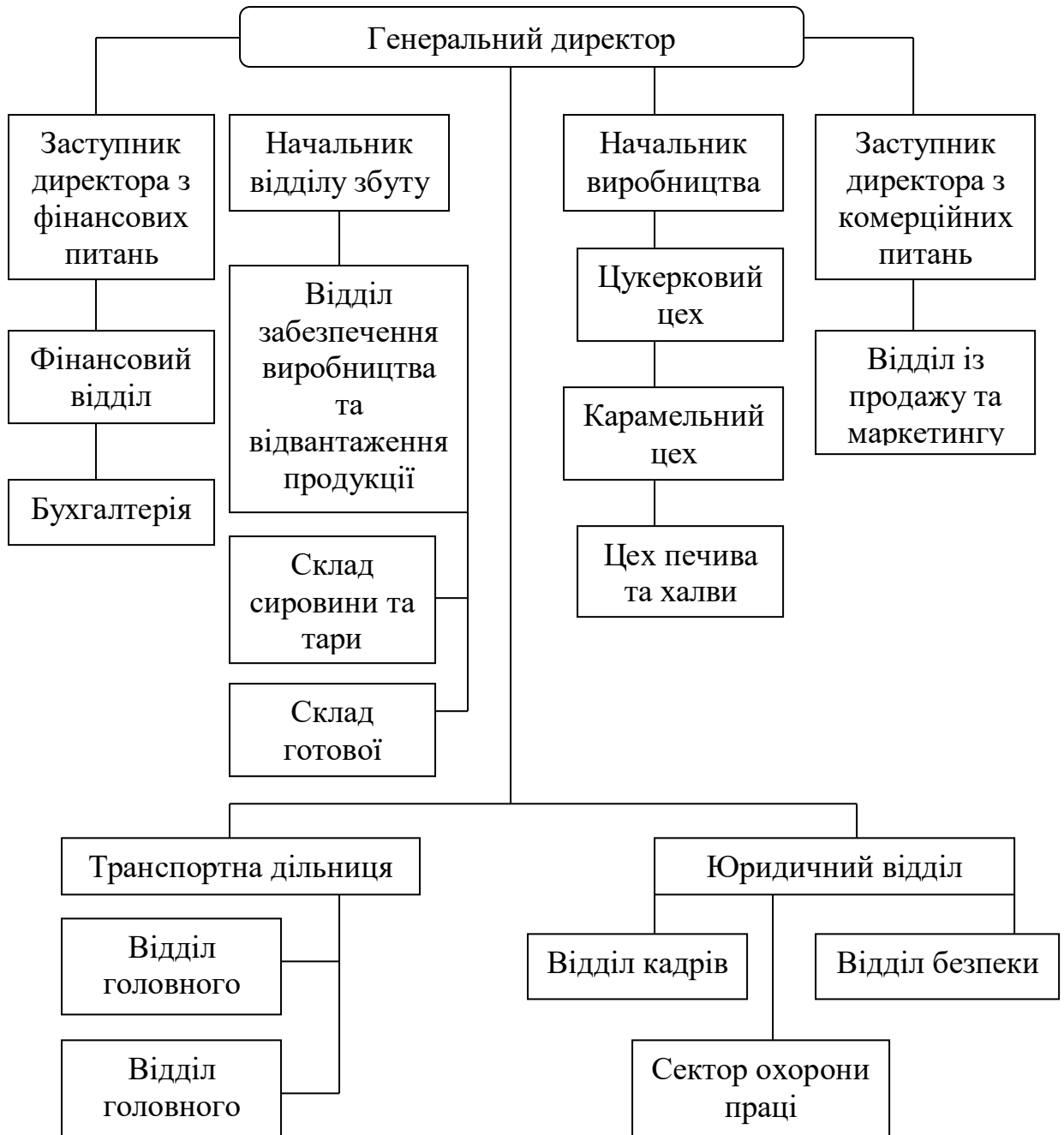


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

Організаційна структура ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є чітко визначеною і розподіленою за функціональними підрозділами, що забезпечує ефективне управління підприємством.

Кожен відділ ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» має свої специфічні функції, що дозволяє забезпечувати високий рівень спеціалізації

та відповідальності:

- фінансовий блок включає фінансовий відділ і бухгалтерію, які відповідають за фінансове планування, облік і звітність;
- відділ збуту відповідає за логістику, забезпечення виробництва сировиною і матеріалами, а також за управління складськими запасами;
- виробничий блок поділений на три основні цехи, що спеціалізуються на різних видах продукції (цукерки, карамель, печиво та халва), що дозволяє оптимізувати виробничі процеси;
- комерційний відділ займається продажем та маркетингом, забезпечуючи ринкову реалізацію продукції;
- транспортна дільниця та відповідні відділи механіка й енергетика відповідають за технічне обслуговування і енергетичне забезпечення виробництва;
- юридичний відділ разом із відділом кадрів, сектором охорони праці та відділом безпеки, забезпечують правову підтримку, кадрове управління, дотримання норм охорони праці та безпеку на підприємстві.

Отже, наведена на рис. 2.1 організаційна структура ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» сприяє ефективній взаємодії між підрозділами, дозволяючи підтримувати високий рівень продуктивності та якості продукції.

Загалом, структура підприємства є добре організованою і охоплює всі ключові аспекти діяльності, що сприяє ефективному управлінню і розвитку кондитерської фабрики.

Підприємство є відповідальним роботодавцем, забезпечуючи належні умови праці, конкурентоспроможний рівень оплати та піклуючись про безпеку життєдіяльності працівників і соціальну сферу.

Підприємство є відповідальним роботодавцем, забезпечуючи належні умови праці, конкурентоспроможний рівень оплати праці та дбаючи про безпеку життєдіяльності працівників та соціальну сферу.

Також, ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» займається соціальною діяльністю, підтримуючи різні соціальні проекти та ініціативи,

спрямовані на покращення умов життя місцевих громад та розвиток соціальної інфраструктури.

У табл. 2.1 проаналізуємо основні показники діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 роки, використовуючи дані фінансової звітності наведені в додатках В, Д, Е, Ж.

Таблиця 2.1 – Основні економічні показники ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., тис. грн.

Показники	2022 р.	2023 р.	Відхилення (+;-)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2 545,00	1 685,00	-860,00
Загальні витрати:			
Матеріальні затрати	153,00	37,00	-116,00
Витрати на оплату праці	989,00	512,00	-477,00
Відрахування на соціальні заходи	466,00	155,00	-311,00
Амортизація	337,00		-337,00
Інші операційні витрати	2 601,00	2 091,00	-510,00
Разом витрати	4 546,00	2 795,00	-1 751,00
Чистий прибуток (збиток)	-2 001,00	-1 110,00	891,00
Кількість співробітників, осіб	88	67	-21,00
Витрати на 1 грн. чистого доходу, грн.	1,79	1,66	-0,13
Рентабельність продукції, %	-78,62	-65,88	12,75
Продуктивність праці, тис. грн. /чол.	28,92	25,15	-3,77

Проаналізувавши дані табл. 2.1 бачимо, що за аналізований період із 2022 по 2023 роки ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» зазнала суттєвих змін у своїй фінансово-економічній діяльності:

- чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 860 тис. грн., що свідчить про зниження обсягу продажів;
- загальні витрати значно скоротилися, зокрема: матеріальні витрати зменшилися на 116 тис. грн., витрати на оплату праці знизилися на 477 тис. грн., відрахування на соціальні заходи скоротилися на 311 тис. грн.;
- амортизаційні витрати не нараховувалися у 2023 році, що призвело до зменшення на 337 тис. грн.;
- інші операційні витрати зменшилися на 510 тис. грн.;
- у результаті загальні витрати знизилися на 1751 тис. грн., що позитивно вплинуло на фінансові результати підприємства;

- чистий збиток зменшився на 891 тис. грн., що свідчить про поліпшення фінансового стану підприємства, хоча збитковість усе ще залишається;
- кількість співробітників скоротилася на 21 особу, що може свідчити про оптимізацію виробничих процесів або зменшення обсягів виробництва;
- витрати на 1 грн. чистого доходу зменшилась на 0,13 грн., що вказує на більш ефективне використання ресурсів;
- рентабельність продукції покращилася на 12,75 %, хоча все ще залишається негативною, що вказує на необхідність подальших заходів для досягнення прибутковості;
- продуктивність праці знизилась на 3,77 тис. грн./чол., що може бути наслідком зменшення обсягів виробництва або інших факторів.

Отже, хоча підприємство досягло деяких позитивних змін у зменшенні витрат та покращенні рентабельності, воно все ще стикається з викликами у вигляді зниження доходів і продуктивності праці. Рекомендується проводити заходи з оптимізації витрат та пошуку можливостей для збільшення доходів, щоб досягти стабільного фінансового стану.

Суттєвими проблемами, що впливають на діяльність ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», є фінансово-економічні труднощі. До них належать високі тарифи на газ та електроенергію, високі ціни на цукор та іншу сировину, значні податки, висока конкуренція на внутрішньому ринку кондитерських виробів, нестача оборотних коштів, відсутність зовнішніх інвестицій, високі відсотки за банківськими кредитами та небажання українських банків кредитувати реальний сектор економіки. Соціальні проблеми включають низьку платоспроможність споживачів продукції, що безпосередньо залежить від економічних умов у країні (воєнний стан, низькі заробітні плати, невеликі пенсії та стипендії).

Таким чином, можемо зробити висновок, що ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є відповідальним учасником ринку, який дотримуючись усіх правових норм та стандартів якості, забезпечує

споживачів високоякісною продукцією.

Підсумовуючи проведені дослідження основних показників фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022- 2023 роки, можемо відзначити проблеми з управлінням прибутком. Зниження чистого доходу від реалізації продукції на 860 тис. грн. свідчить про значне скорочення обсягів продажу. Це зниження є основним фактором, який впливає на фінансовий стан підприємства. Така ситуація підкреслює необхідність удосконалення стратегії управління прибутком та пошуку нових ринків збуту для покращення фінансових результатів у майбутньому.

2.2. Діагностика фінансового стану суб'єкта господарювання

Діагностика фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання – це систематичний процес аналізу та оцінки фінансових і економічних аспектів діяльності підприємства з метою виявлення його поточного фінансового стану, ефективності використання ресурсів, а також визначення сильних та слабких сторін. Цей процес дозволяє вчасно виявити проблеми й загрози, а також розробити заходи для покращення фінансової стабільності та підвищення конкурентоспроможності підприємства [11, с. 12].

Економічний потенціал є вкрай важливою управлінською категорією, яка відображає поточний економічний стан організації, характеризуючи якісний та кількісний його аспекти щодо, з одного боку, наявних організаційно-економічних можливостей до підтримки стабільності внутрішнього середовища та безперервності бізнес-процесів організації, а з іншого, спроможності підприємства в розрізі різних функціональних вимірів забезпечити розвиток та зростання ключових економічних індикаторів ефективності підприємства.

Основним інструментом в аналізі потенціалу конкретного

підприємства або організації є використання економічного аналізу, який проводиться за ключовими аналітичними напрямками оцінки поточного рівня економічного стану (рентабельність, платоспроможність, ліквідність тощо), з метою ідентифікації пріоритетних проблем та стримуючих факторів зростання показників ефективності підприємства, а також відповідних резервів забезпечення розвитку [11, с. 31].

Проведемо аналіз економічного потенціалу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. шляхом розрахунку низки аналітичних показників, які характеризують поточний стан виробничої складової діяльності підприємства та рівня його фінансового стану.

У якості інформаційного забезпечення відповідного аналізу виступають дані фінансової звітності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», зокрема, основні кількісні показники активів та пасивів підприємства, результативні показники фінансової звітності, інші аналітичні матеріали підприємства (додатки В, Д, Е, Ж) [44].

Враховуючи той факт, що підприємство функціонує тривалий проміжок часу, за доцільне вважаємо проведення горизонтального аналізу, зазначених вище показників, задля розуміння характеру поточних тенденцій у розвитку підприємства, їх зв'язку з прийнятою підприємством управлінською політикою та низкою явищ і процесів зовнішнього середовища, що значним чином впливають на результативні показники ефективності підприємства.

Початковим етапом у дослідженні економічного стану будь-якого підприємства, що дозволяє зрозуміти ключові тенденції та пріоритетні напрямки аналізу є розрахунок структурних та динамічних показників фінансових результатів та окремих статей балансу.

У табл. 2.2 представлено динамічні показники фінансових результатів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

Представлені в табл. 2.2 дані свідчать, що показники чистого доходу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» мають стійку тенденцію до

зниження в умовах війни, що виявляється в щорічному їх зменшенні майже на 100%.

Таблиця 2.2 – Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., тис. грн.

Показники	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+;-)	Відносне відхилення (%)	Питома вага за 2022 р., %	Питома вага за 2023 р., %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2 545,00	1 685,00	-860,00	-33,79	14,56	20,11
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1 071,00		-1 071,00	-100,00	6,13	0
Валовий: прибуток	1 474,00	1 685,00	211,00	14,31	8,44	20,11
Інші операційні доходи	279,00	39,00	-240,00	-86,02	1,60	0,47
Адміністративні витрати	2 609,00	2 340,00	-269,00	-10,31	14,94	27,93
Витрати на збут	79,00		-79,00	-100,00	0,45	0
Інші операційні витрати	1 964,00	466,00	-1 498,00	-76,27	11,24	5,56
збиток	2 899,00	1 082,00	-1 817,00	-62,68	16,59	12,91
Інші фінансові доходи	-828,00		828,00		-4,74	0
Інші доходи	0,00		0,00		0	0
Фінансові витрати	0,00		0,00		0	0
Інші витрати	3 724,00		-3 724,00	-100,00	21,31	0
збиток	7 451,00	1 082,00	-6 369,00	-85,48	42,66	12,91
Витрати (дохід) з податку на прибуток	0,00		0,00		0	0
Збиток	7 451,00	1 082,00	-6 369,00	-85,48	42,66	12,91

Аналізуючи дані табл. 2.2 бачимо, що обсяги доходів та витрат підприємства різко змінилися, на фоні цього доцільно зазначити, що темпи приросту доходів у 2022-2023 рр. поступаються аналогічним показникам

витрат, які становлять 1474 тис. грн. та 1685 тис. грн. відповідно, що свідчить про те, що витрат зростають швидше за доходи, що в довгостроковій перспективі може призвести до виникнення значно більших збитків. Бачимо, що основною складовою витрат виступає собівартість продукції, яка демонструє негативну динаміку приросту (темп приросту у 2022 та 2023 році складає -98,25 % та -100% відповідно).

Уваги також заслуговують стрімкі темпи зниження та зникнення фінансових витрат ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», а саме їх 100 % зменшення у 2022-2023 рр. Позитивною динамікою зменшення також відзначаються адміністративні витрати, а витрати на збут демонструють суперечливу динаміку. Показники чистого збитку у 2022 р. зменшилися на 59,67 %, у 2023 р. – на 85,48 %,

Далі, здійснимо аналіз структурних та динамічних показників ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» в розрізі окремих статей активу балансу, розрахунок яких представлено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Структура та динаміка окремих статей активів балансу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

Показники	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)	Відносне відхилення (%)	Структура, %	
					2022 р.	2023 р.
1	2	3	4	5	6	7
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи						
первісна вартість	195	195	0,00	0,00	0,12	0,12
накопичена амортизація	195	195	0,00	0,00	0,12	0,12
Незавершені капітальні інвестиції	6 686,00	6 686,00	0,00	0,00	4,19	4,18
Основні засоби	144 088	144 088	0,00	0,00	90,33	90,06
первісна вартість	160 319	160 319	0,00	0,00	100,51	100,21
знос	16 231	16 231	0,00	0,00	10,18	10,15
Усього за розділом I	150 774	150 774	0,00	0,00	94,52	94,24

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
II. Оборотні активи Запаси	3 698	3 660	-38,00	-1,03	2,32	2,29
Виробничі запаси	3 578	3 540	-38,00	-1,06	2,24	2,21
Незавершене виробництво	120	120	0,00	0,00	0,08	0,08
Готова продукція			0,00		0	0
Товари			0,00		0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	696	689	-7,00	-1,01	0,44	0,43
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	660	659	-1,00	-0,15	0,41	0,41
з бюджетом	3 617	3 360	-257,00	-7,11	2,27	2,1
у тому числі з податку на прибуток	79	84	5,00	6,33	0,05	0,05
Інша поточна дебіторська заборгованість		719	719,00		0	0,45
Гроші та їх еквіваленти	15	53	38,00	253,33	0,01	0,03
Готівка			0,00		0	0
Рахунки в банках	15	53	38,00	253,33	0,01	0,03
Витрати майбутніх періодів			0,00		0	0
Інші оборотні активи	52	74	22,00	42,31	0,03	0,05
Усього за розділом II	8 738	9 214	476,00	5,45	5,48	5,76
Баланс	159 512	159 988	476,00	0,30	100	100

Аналізуючи динаміку різних груп активів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. (табл. 2.3), необхідно відзначити поступове зростання, як необоротних, так і оборотних активів. Зокрема, найбільший приріст спостерігався у 2022 р., протягом якого необоротні

активи зросли на 11,73 %, а оборотні у 2023 р. зросли на 5,45 %, що пов'язане зі здійсненням заходів нарощування оборотних коштів.

Тим не менш, з табл. 2.3, бачимо, що частка необоротних активів займає домінуючу позицію і поступово зростає протягом аналізованого періоду, у той час, як частка оборотних активів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» скорочується, й у 2023 р. становила 5,76 %. Найбільшу частку в структурі оборотних засобів у 2023 р. займає дебіторська заборгованість із бюджетом (2,1 %) та запаси (2,21 %), що свідчить про необхідність інтенсифікації співпраці з дебіторами, з метою вивільнення додаткових обсягів фінансових ресурсів у господарські процеси ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

Отже, ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. продемонструвало стабільність у вартості своїх необоротних активів, що складають переважну більшість активів підприємства. Незначне збільшення оборотних активів свідчить про покращення грошових коштів та деякі зміни в дебіторській заборгованості. Основні показники: чистий дохід від реалізації та валовий прибуток, вказують на необхідність подальшого аналізу для забезпечення стійкості фінансового стану підприємства.

Далі здійснимо аналогічні розрахунки щодо деяких статей пасиву балансу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., результати яких представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Структура та динаміка окремих статей пасивів балансу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., тис. грн.

Показники	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)	Відносне відхилення (%)	Структура, %	
					2022 р.	2023 р.
1	2	3	4	5	6	7
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	51 983	51 983	0,00	0,00	32,59	32,49
Капітал у дооцінках	40 482	40 482	0,00	0,00	25,38	25,3
Додатковий	37 468	37 468	0,00	0,00	23,49	23,42

Продовження табл. 2.4

1	2	3	4	5	6	7
капітал						
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-30 513	-31 595	-1 082,00	3,55	-19,13	-19,75
Усього за розділом I	99 420	98 338	-1 082,00	-1,09	62,33	61,47
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	14 999	14 999	0,00	0,00	9,4	9,38
Короткострокові кредити банків						
товари, роботи, послуги	11 132	11 225	93,00	0,84	6,98	7,02
розрахунками з бюджетом	967	1 836	869,00	89,87	0,61	1,15
розрахунками зі страхування	336	368	32,00	9,52	0,21	0,23
розрахунками з оплати праці	1 245	1 221	-24,00	-1,93	0,78	0,76
за одержаними авансами	846	897	51,00	6,03	0,53	0,56
Інші поточні зобов'язання	30 567	31 104	537,00	1,76	19,16	19,44
Усього за розділом III	60 092	61 650	1 558,00	2,59	37,67	38,53
Баланс	159 512	159 988	476,00	0,30	100	100

З табл. 2.4 бачимо, що аналіз власного капіталу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. показує, що основні компоненти власного капіталу залишаються стабільними за сумою, але відносна вага деяких із них знизилася. Найбільш помітним є збільшення нерозподіленого збитку, що негативно впливає на загальний фінансовий стан підприємства. Зниження частки власного капіталу в загальній структурі пасивів балансу може свідчити про необхідність удосконалення фінансового менеджменту для підвищення фінансової стійкості та стабільності підприємства.

Аналіз поточних зобов'язань і забезпечень ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. показує, що основні компоненти цих зобов'язань зазнали змін. Зокрема, відбулося значне збільшення зобов'язань за розрахунками з бюджетом та інші поточні зобов'язання, що може свідчити

про зростання фінансових навантажень на підприємство. Незначне збільшення частки поточних зобов'язань у загальній структурі пасивів може вказувати на необхідність уважного моніторингу та управління цими зобов'язаннями для забезпечення фінансової стабільності підприємства.

Баланс ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. показує незначне зростання загальної суми пасивів на 0,30 %, що свідчить про стабільний фінансовий стан підприємства. Однак, зміни в структурі пасивів, зокрема, зменшення частки власного капіталу та збільшення частки поточних зобов'язань, вказують на те, що підприємство більше залежить від короткострокових фінансових зобов'язань для фінансування діяльності. Це може вимагати уважного контролю за управлінням короткостроковими зобов'язаннями, щоб забезпечити фінансову стійкість у майбутньому.

Отже, за період 2022-2023 рр. структура пасивів балансу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» зазнала деяких змін. Власний капітал підприємства дещо зменшився, в основному через збільшення нерозподіленого збитку. У той же час, поточні зобов'язання підприємства зросли, що свідчить про збільшення короткострокових фінансових зобов'язань. Загальна сума пасивів балансу зросла на 476 тис. грн., що вказує на незначне зростання фінансової активності підприємства. Зміни в структурі пасивів вказують на потребу підприємства покращити управління власними фінансами та зосередитися на зниженні короткострокових зобов'язань для забезпечення фінансової стабільності в майбутньому.

Таким чином, аналізуючи динаміку фінансових результатів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., можна зробити кілька ключових висновків щодо його фінансово-економічного стану:

- чистий дохід від реалізації продукції значно зменшився у 2023 р. на 33,79 %, що свідчить про серйозні проблеми зі збутом продукції;
- собівартість реалізованої продукції суттєво знизилася на 100 % у 2023 р., що може свідчити про скорочення виробництва або оптимізацію витрат;

- валовий прибуток демонструє збільшення на 14,31 % у 2023 р., що вказує на певне покращення операційної діяльності;
- адміністративні витрати і витрати на збут зменшуються: адміністративні витрати на 10,31 % у 2023 р., витрати на збут – на 100 % у 2023 р. Це свідчить про спроби скоротити операційні витрати;
- інші операційні доходи і витрати демонструють значне зниження. Наприклад, інші операційні доходи впали на 86,02 % у 2023 р., що може вказувати на зменшення додаткових джерел доходу;
- чистий збиток скоротився на 85,48 % у 2023 р. Це позитивна тенденція, що свідчить про зменшення негативного фінансового результату;
- необоротні активи зросли залишаються стабільними у 2023 р. (11,73 %). Основні засоби займають домінуючу позицію в структурі активів, що свідчить про значну матеріально-технічну базу підприємства;
- оборотні активи зросли на 5,45 % у 2023 р. Значну частку серед оборотних активів займають запаси та дебіторська заборгованість, що свідчить про необхідність активізації роботи з дебіторами для покращення ліквідності;
- нерозподілений збиток за 2023 р. склав -1,082 тис. грн. (3,55 %), що негативно впливає на фінансову стійкість підприємства;
- поточні зобов'язання залишаються на стабільному рівні з незначними коливаннями. Зобов'язання за товарами й послугами зросли на 0,84 % у 2023 р. Розрахунки з бюджетом зросли на 89,87 % у 2023 р, що може вказувати на збільшення податкових зобов'язань.

Отже, ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» стикається із серйозними викликами в умовах війни, що відображається в значному зниженні чистого доходу та збільшенні збитків. Проте, є позитивні зрушення такі, як скорочення збитків, зростання оборотних активів та стабільність необоротних активів. Для покращення фінансово-економічного стану підприємству необхідно зосередитися на підвищенні ефективності операційної діяльності, оптимізації витрат та активізації роботи з дебіторами.

2.3. Аналіз фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання

Фінансовий стан підприємства має комплексне значення і відображає результат взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, котрі визначають наявність, розміщення та використання різноманітних ресурсів підприємства.

Необхідно відзначити, що фінансовий стан характеризують важливі його показники ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності діяльності підприємства. Здійснимо аналіз даних показників та узагальнимо результати дослідження.

Показники технічного стану основних фондів [4]:

- коефіцієнт зносу основних фондів (КЗОФ) відображає ступінь зношеності основних засобів підприємства. Чим вищий цей коефіцієнт, тим більше зношені основні засоби;
- коефіцієнт оновлення основних фондів (КООФ) показує, яка частка основних засобів оновлена протягом звітного періоду. Високий коефіцієнт вказує на більший обсяг інвестицій в оновлення основних засобів;
- коефіцієнт мобільності активів (КМА) характеризує частку мобільних (оборотних) активів у загальному обсязі активів підприємства. Високий коефіцієнт свідчить про вищу ліквідність активів;
- фондодіддача основних фондів (ФОФ) визначає ефективність використання основних засобів, показуючи, скільки доходу приносить кожна гривня, вкладена в основні засоби.

Наведені показники допомагають оцінити стан основних засобів та ефективність їх використання та є важливим для прийняття управлінських рішень щодо оновлення, ремонту чи модернізації основних фондів.

Коефіцієнт зносу основних фондів (КЗОФ):

$$K_z = \frac{3 \cdot 100}{ПВ}, \quad (2.1)$$

де З – сума зносу основних фондів (Ф. № 1, р. 1012);

ПВ – первісна вартість основних фондів (Ф. № 1, р. 1011).

Коефіцієнт оновлення основних фондів (КООФ):

$$K_o = \frac{\Phi_n}{\Phi_k \cdot 100}, \quad (2.2)$$

де Φ_n – сума нових основних фондів за первісною вартістю, що введені в експлуатацію у звітному періоді (Ф. № 1, р. 1011 за 2023 р. – Ф. № 1, р. 1011 за 2022 р.);

Φ_k – сума основних фондів за первісною вартістю на кінець звітного періоду (Ф. № 1, р. 1011 за 2023 р.).

Коефіцієнт мобільності активів (КМА):

$$K_{ma} = \frac{A_l}{A_n}, \quad (2.3)$$

A_l – ліквідні або оборотні активи, які можна швидко конвертувати в готівку або реалізувати. Це можуть бути грошові кошти, цінні папери, запаси тощо, які можна швидко продати (Ф. № 1, р. 1195 + р. 1200);

A_n – необоротні активи (основні засоби, нематеріальні активи, фінансові інвестиції), які не можна швидко конвертувати в готівку без значних затрат часу й зусиль (Ф. № 1, р. 1095).

Фондовіддача основних фондів (ФОФ):

$$\Phi_b = \frac{D_p}{\Phi}, \quad (2.4)$$

де D_b – сума доходів від реалізації продукції (Ф. № 2, р. 2000);

Φ – загальна вартість основних фондів (Ф. № 1, р. 1010).

Результати розрахунків показників майнового потенціалу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Показники майнового потенціалу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

№ п/п	Показники	Умовне позначення	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)
1	Коефіцієнт зносу основних фондів	КЗОФ	0,101	0,101	0
2	Коефіцієнт оновлення основних фондів	КООФ	0,100	0,000	-0,10036
3	Коефіцієнт мобільності активів	КМА	0,058	0,061	0,003157
4	Фондовіддача основних фондів	ФОФ	0,018	0,012	-0,00597

На основі проведеного в табл. 2.5 аналізу майнового потенціалу ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» можна зробити наступні висновки:

- коефіцієнт зносу основних фондів (КЗОФ) залишився на одному рівні протягом аналізованого періоду, що свідчить про відсутність змін у зношуваності основних засобів;
- коефіцієнт оновлення основних фондів (КООФ) показує значне зниження у 2023 р. порівняно з 2022 р., що вказує на відсутність оновлення основних засобів у 2023 р.;
- коефіцієнт мобільності активів (КМА) незначно зріс у 2023 р., що свідчить про незначне покращення мобільності активів підприємства;
- фондовіддача основних фондів (ФОФ) зменшилася у 2023 р. порівняно з 2022 р., що вказує на зниження ефективності використання основних фондів.

Отже, наведені показники свідчать про те, що підприємство не здійснювало оновлення основних засобів у 2023 р., що може негативно вплинути на його виробничі потужності та ефективність у довгостроковій перспективі.

Показники ліквідності в економіці визначають здатність підприємства

або фінансової установи виконати свої платіжні зобов'язання вчасно та без втрати вартості. Ці показники відображають рівень доступності грошових коштів або швидкість конвертації активів у готівку.

Основні показники ліквідності включають [11, с. 221]:

- коефіцієнт поточної ліквідності – показник вимірює здатність підприємства покрити свої поточні зобов'язання з використанням доступних легко конвертованих активів (наприклад, готівки, еквіваленти готівки, ринкові цінні папери тощо);

- коефіцієнт швидкої ліквідності (або коефіцієнт спеціальної ліквідності) – показник відображає здатність підприємства виконати свої поточні зобов'язання, враховуючи тільки найбільш легко конвертовні активи в готівку або еквіваленти готівки, ігноруючи запаси, які можуть бути менш ліквідними;

- коефіцієнт абсолютної ліквідності – показник відображає здатність підприємства виконати свої поточні зобов'язання, враховуючи тільки готівку та еквіваленти готівки, але не беручи до уваги жодних інших активів;

- співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості відображає рівень кредитного ризику та ліквідності підприємства. Воно показує, наскільки ефективно підприємство управляє своїми активами та пасивами, зокрема, здатність зберігати платіжні зобов'язання на мінімальному рівні поряд із забезпеченням високого рівня оборотності активів.

Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття):

$$K_{\text{зл}} = \frac{OA}{\Pi K}, \quad (2.5)$$

де OA – оборотні активи (Ф. № 1, р. 1195);

ПК – позиковий капітал (Ф. № 1, р. 1695).

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$K_{\pi} = \frac{OA}{ПЗ}, \quad (2.6)$$

де ОА – оборотні активи (Ф. № 1, р. 1195);

ПЗ – поточні зобов'язання та забезпечення (Ф. № 1, р. 1695).

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{\text{л.абс}} = \frac{ПФІ + ГК}{ПЗ}, \quad (2.7)$$

де ПФІ – поточні фінансові інвестиції;

ГК – грошові кошти (Ф. № 1, р. 1165);

ПЗ – поточні зобов'язання та забезпечення (Ф. № 1, р. 1695).

Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості [19]:

Кредиторська заборгованість за товари та послуги / Дебіторська заборгованість за товари та послуги

Наведені показники є ключовими для оцінки фінансового стану підприємства та його здатності виконати платіжні зобов'язання вчасно.

Результати розрахунків показників ліквідності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Показники ліквідності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

№ п/п	Показники	Умовне позначення	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)
1	Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	КПЛ	0,145	0,149	0,004046
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	КШЛ	0,084	0,090	0,006218
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	КАЛ	0,000	0,001	0,00061
4	Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	Д/К	0,084	0,089	0,005321

На основі проведеного в табл. 2.6 аналізу показників ліквідності

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» можна зробити наступні висновки:

- коефіцієнт поточної ліквідності (КПЛ): у 2022 р. – 0,145, у 2023 р. – 0,149 – показує здатність підприємства покривати свої поточні зобов’язання за рахунок оборотних активів. Легке зростання цього коефіцієнта свідчить про незначне покращення ліквідності;
- коефіцієнт швидкої ліквідності (КШЛ): у 2022 р. – 0,084, у 2023 р. – 0,090 – збільшення цього показника вказує на покращення фінансової гнучкості підприємства;
- коефіцієнт абсолютної ліквідності (КАЛ): у 2022 р. – 0,000, у 2023 р. – 0,001 – відображає здатність підприємства негайно покрити свої поточні зобов’язання за рахунок грошових коштів. Хоча значення залишається низьким, спостерігається невелике покращення;
- співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості): у 2022 р. – 0,084, у 2023 р. – 0,089, показує співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю. Зростання цього коефіцієнта свідчить про те, що підприємство має більше дебіторської заборгованості порівняно з кредиторською, що може вказувати на поліпшення оборотності активів.

Загалом, табл. 2.6 свідчить про незначне покращення ліквідності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» у 2023 р. порівняно з 2022 р.

Фінансова стійкість – це здатність підприємства підтримувати свою діяльність на стабільному рівні, ефективно керувати своїми фінансовими ресурсами, виконувати зобов’язання перед кредиторами й інвесторами, а також забезпечувати стійке зростання і розвиток в умовах зовнішніх та внутрішніх економічних змін [16, с. 59].

Основні показники фінансової стійкості включають [16, с. 59]:

- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами – цей коефіцієнт показує, наскільки підприємство забезпечене власними оборотними коштами для фінансування своєї діяльності;
- коефіцієнт маневреності власних обігових коштів – цей коефіцієнт показує, яка частина власного капіталу знаходиться в обігових коштах і

доступна для маневрування;

- коефіцієнт автономії – цей коефіцієнт показує ступінь фінансової незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування;
- показник фінансового левериджу – показник відображає використання позикових коштів для фінансування активів підприємства;
- коефіцієнт фінансової стійкості – цей коефіцієнт відображає частку власних і довгострокових позикових коштів у фінансуванні активів підприємства.

Наведені показники допомагають оцінити фінансову стійкість, незалежність і маневреність підприємства, а також його здатність використовувати позикові кошти для підвищення ефективності своєї діяльності.

Фінансова стійкість є критичним показником, який інвестори, кредитори та аналітики використовують для оцінки загального фінансового стану й ризиків підприємства [26, с. 94].

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (КЗВОК):

$$\text{КЗВОК} = \frac{P_k}{\text{ОА}}, \quad (2.8)$$

де P_k – робочий капітал;

ОА – оборотні активи (Ф. № 1, р. 1195).

Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів (КМ):

$$\text{КМ} = \frac{\text{ВК}}{P_k} \quad (2.9)$$

де ВК – гроші та їх еквіваленти (Ф. № 1 р. 1165);

P_k – робочий капітал.

Коефіцієнт автономії (КА):

$$KA = \frac{BK}{BB}, \quad (2.10)$$

де ВК – власні кошти (Ф. № 1, р.1495);

ВБ – валюта балансу (Ф. № 1, р. 1900).

Показник фінансового левериджу (КФЛ):

$$KFL = \frac{PK}{BK}, \quad (2.11)$$

де ПК – позиковий капітал (Ф. № 1, р. 1595);

ВК – власні кошти (Ф. № 1, р.1495).

Коефіцієнт фінансової стійкості (КФС):

$$KFS = \frac{BK}{PK}, \quad (2.12)$$

де ВК – власні кошти (Ф. № 1, р. 1495);

ПК – позиковий капітал (Ф. № 1, р. 1595 + р. 1695).

Результати розрахунків показників фінансової стійкості підприємства за 2022-2023 рр. наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Показники фінансової стійкості ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

№ п/п	Показники	Умовне позначення	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)
1	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	КЗВОК	-5,877	-5,691	0,186183
2	Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів	КМ	0,000	-0,001	-0,00072
3	Коефіцієнт автономії	КА	0,623	0,615	-0,00862
4	Показник фінансового левериджу	КФЛ	0,000	0,000	0
5	Коефіцієнт фінансової стійкості	КФС	0,623	0,615	-0,00862

На основі проведеного в табл. 2.7 аналізу показників фінансової стійкості ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» можна зробити наступні висновки:

- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (КЗВОК): у 2022 р. -5,877, у 2023 р. -5,691 – негативні значення свідчать про нестачу власних коштів, хоча спостерігається незначне покращення у 2023 р.;
- коефіцієнт маневреності власних обігових коштів (КМ): у 2022 р. 0,000, у 2023 р. -0,001 – негативне значення у 2023 р. вказує на погіршення цього показника;
- коефіцієнт автономії (КА): у 2022 р. 0,623, у 2023 р. 0,615 – зниження цього коефіцієнта свідчить про незначне збільшення залежності від зовнішніх джерел фінансування;
- показник фінансового левериджу (КФЛ) – показує відсутність змін у цьому показнику та вказує на стабільність у використанні позикового фінансування;
- коефіцієнт фінансової стійкості (КФС): у 2022 р. – 0,623, у 2023 р. склало 0,615 – зменшення цього коефіцієнта вказує на невелике погіршення фінансової стійкості.

Загалом, показники фінансової стійкості ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. демонструють змішані тенденції: незначне покращення забезпеченості власними оборотними коштами, але погіршення маневреності та коефіцієнта автономії.

Ділова активність підприємства – це комплекс показників, які відображають інтенсивність та ефективність використання ресурсів підприємства, а також його здатність до забезпечення стабільного обсягу виробництва і збуту продукції. Цей показник характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для генерування доходу, і включає аналіз таких аспектів, як оборотність активів, рентабельність, швидкість обороту запасів та інші [26, с. 157].

Основні показники ділової активності включають [26, с. 157]:

- коефіцієнт оборотності активів – показує, скільки разів за період активи підприємства перетворюються на грошові кошти або інші ліквідні активи:

$$КОА = \frac{ЧД}{СА}, \quad (2.13)$$

де ЧД – чистий дохід (Ф. № 2, р. 2000);

СА – середні активи (Ф. № 1, р. 1300).

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (КДЗ):

$$КДЗ = \frac{ЧД}{СДЗ}, \quad (2.14)$$

де ЧД – чистий дохід (Ф. № 2, р. 2000);

СДЗ – середня дебіторська заборгованість (Ф. № 1, р. 1125 + р. 1130 + р. 1135 + р. 1155).

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (ККЗ):

$$ККЗ = \frac{ЧД}{СКЗ}, \quad (2.15)$$

де ЧД – чистий дохід (Ф. № 2, р. 2000);

СКЗ – середня кредиторська заборгованість (Ф. №1, р. 1695).

Коефіцієнт оборотності власного капіталу (КОВК):

$$КОВК = \frac{ЧД}{ВК}, \quad (2.16)$$

де ЧД – чистий дохід (Ф. № 2, р. 2000);

ВК – середньорічна вартість власного капіталу (Ф. № 1, р. 1495).

Результати розрахунків показників ділової активності

ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. представлені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Показники ділової активності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

№ п/п	Показники	Умовне позначення	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)
1	Оборотність активів (оборотів), ресурсовіддача	КОА	0,016	0,011	-0,00542
2	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	КДЗ	0,504	0,306	-0,19801
3	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	ККЗ	0,042	0,027	-0,01502
4	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	КОВК	0,026	0,017	-0,00846

На основі проведеного в табл. 2.8 аналізу показників ділової активності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» можна зробити наступні висновки:

- оборотність активів (КОА) – показник знизився з 0,016 у 2022 р. до 0,011 у 2023 р., що вказує на зниження ефективності використання активів підприємства;
- коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (КДЗ) – у 2022 р. цей коефіцієнт становив 0,504, а у 2023 р. знизився до 0,306, що свідчить про погіршення швидкості стягнення дебіторської заборгованості;
- коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (ККЗ) – показник зменшився з 0,042 у 2022 р. до 0,027 у 2023 р., що вказує на зниження швидкості погашення зобов'язань перед кредиторами;
- коефіцієнт оборотності власного капіталу (КОВК) – у 2022 р. цей коефіцієнт становив 0,026, а у 2023 р. знизився до 0,017, що свідчить про зниження ефективності використання власного капіталу.

Загалом, показники ділової активності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» зазнали негативних змін у 2023 р. порівняно з 2022 р., що вказує на зниження ефективності використання ресурсів підприємства.

Рентабельність – це показник, що відображає ефективність

використання ресурсів підприємства для отримання прибутку. Основні показники рентабельності включають [11, с. 267]:

- рентабельність капіталу (активів) – відображає, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи підприємства (РА):

$$РА = \frac{\text{Чистий_прибуток}}{\text{Середня_вартість_активів}} \cdot 100\%, \quad (2.17)$$

де чистий прибуток – Ф. № 2, р.2350;

середня вартість активів – Ф. № 1, р. 1300;

- рентабельність власного капіталу – показує, який прибуток отримує підприємство з кожної гривні власного капіталу (РВК):

$$РВК = \frac{\text{Чистий_прибуток}}{\text{Середня_вартість_власного_капіталу}} \cdot 100\%, \quad (2.18)$$

де чистий прибуток – Ф. № 2, р.2350;

середня вартість власного капіталу – Ф. № 1, р. 1495;

- рентабельність реалізованої продукції – відображає ефективність продажу продукції, тобто, який прибуток отримує підприємство з кожної гривні виручки (РРП):

$$РРП = \frac{\text{Чистий_прибуток}}{\text{Дохід_від_реалізації_продукції}} \cdot 100\%, \quad (2.19)$$

- період окупності капіталу – час, за який інвестиції в капітал повертаються у вигляді прибутку (ПОК):

$$ПОК = \frac{\text{Інвестиції_в_капітал}}{\text{Чистий_прибуток}}, \quad (2.20)$$

де інвестиції в капітал – Ф. № 1, р. 1300;

чистий прибуток – Ф. № 2, р. 2350;

- рентабельність виробничих фондів – відображає ефективність використання основних фондів у процесі виробництва (РВФ):

$$РВФ = \frac{\text{Чистий_прибуток}}{\text{Середня_вартість_основних_фондів}} \cdot 100\%, \quad (2.21)$$

де чистий прибуток – Ф. № 2, р. 2350;

середня вартість основних фондів – Ф. № 1, р. 1011 + р. 1100.

Результати розрахунків показників рентабельності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. представлені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Показники рентабельності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр.

№ п/п	Показники	Умове позначення	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення (+; -)
1	Рентабельність капіталу (активів)	РА	-0,047	-0,007	0,039948
2	Рентабельність власного капіталу	РВК	-0,075	-0,011	0,063942
3	Рентабельність реалізованої продукції	РРП	-0,477	-0,389	0,08829
4	Період окупності капіталу	ПОК	-21,408	-147,863	-126,455
5	Рентабельність виробничих фондів	РВФ	-0,045	-0,007	0,03883

На основі проведеного в табл. 2.9 можна зробити наступні висновки, що за 2022-2023 рр. рентабельність різних аспектів діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» зазнали значних змін:

- рентабельність капіталу (активів) – у 2022 р. цей показник становив -0,047, але у 2023 р. покращився до -0,007. Це свідчить про певне покращення ефективності використання активів підприємства;

- рентабельність власного капіталу – показники покращилися з -0,075 у 2022 р. до -0,011 у 2023 р. Це означає, що підприємство змогло зменшити збитки відносно вкладеного власного капіталу;

- рентабельність реалізованої продукції – показник покращився з -0,477 у 2022 р. до -0,389 у 2023 р. Це може свідчити про ефективну стратегію ціноутворення або зменшення витрат на виробництво;
- період окупності капіталу – показник дещо збільшився з -21,408 у 2022 р. до -147,863 у 2023 р. Таке збільшення може вказувати на погіршення здатності підприємства генерувати прибуток від інвестицій;
- рентабельність виробничих фондів – показник покращився з -0,045 у 2022 р. до -0,007 у 2023 р., що може свідчити про певне покращення у використанні основних фондів.

Отже, загальний аналіз показників рентабельності свідчить про певне покращення фінансової ситуації підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» у 2023 р. порівняно з попереднім 2022 роком. Загалом, попри деяке покращення в окремих показниках, збільшення періоду окупності капіталу вимагає уваги, і можливо, потребує вжиття заходів для поліпшення ефективності управління фінансами та ресурсами підприємства.

Таким чином, загальний висновок полягає в тому, що на ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» у 2023 р. були зафіксовані позитивні тенденції у фінансовій діяльності підприємства, що свідчить про його здатність адаптуватися до змінних умов ринку та забезпечувати стійке функціонування в умовах невпевненості. Однак, необхідно продовжувати працювати над оптимізацією виробничих процесів та управління фінансовими ресурсами для досягнення стабільної та прибуткової діяльності в майбутньому.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОКАЗНИКІВ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

3.1. Обґрунтування заходів щодо підвищення рівня показників фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання

Проведення дослідження фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. вказує на наявність проблем з управління прибутком. Зниження чистого доходу свідчить про скорочення обсягів продажу й підкреслює необхідність вдосконалення стратегій управління та пошуку нових ринків збуту для покращення фінансових результатів у майбутньому.

На рис. 3.1 наведено схему, яка відображає процес покращення стратегій управління і пошуку нових ринків збуту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

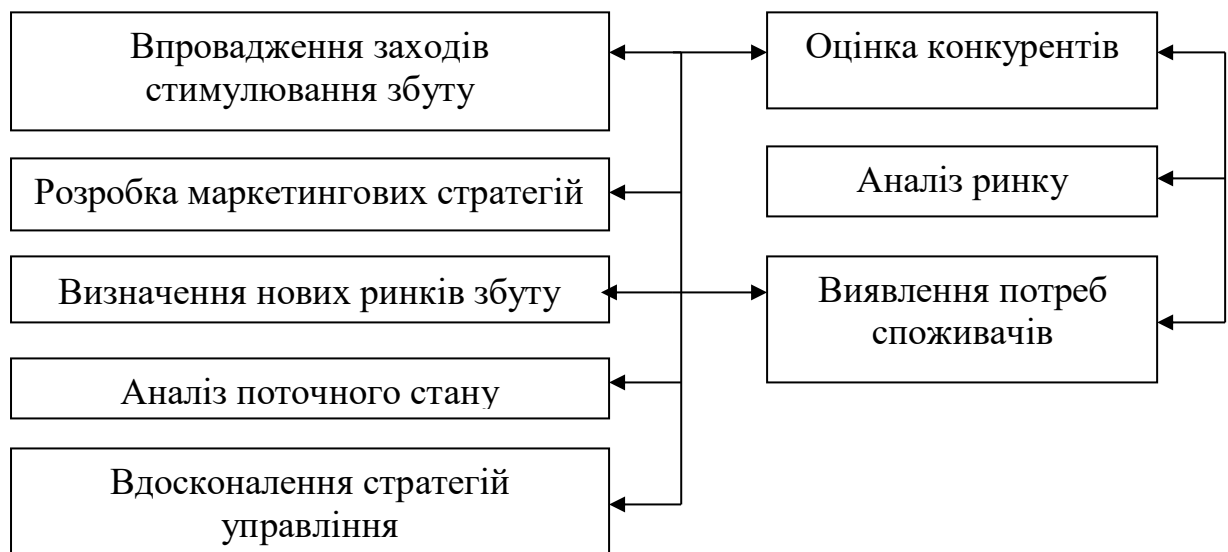


Рисунок 3.1 – Схема вдосконалення стратегій управління і пошуку нових ринків збуту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

Отже, наведена на рис. 3.1 схема ілюструє послідовність дій, необхідних для вдосконалення управлінських стратегій і пошуку нових ринків збуту, а також вказує на додаткові важливі етапи, такі як аналіз ринку, оцінка конкурентів і виявлення потреб споживачів.

Заходи щодо підвищення показників фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання, зокрема, стимулювання збуту, не тільки інформують покупців про асортимент магазину, але й переконують їх у вигоді покупки товарів саме в цьому місці, що сприяє збільшенню обсягів продажів. Стимулювання збуту кондитерських виробів легко регулювати, якщо знати свою цільову аудиторію, оскільки заходи повинні бути чітко спрямовані на неї.

Існує безліч ефективних стратегій стимулювання збуту, наведемо декілька підходів, які можуть допомогти збільшити реалізацію продукції та покращити показників фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»:

- акційні пропозиції та знижки – знижки на певні види товарів або акції типу «купи одну, отримай одну безкоштовно», можуть привабити покупців і стимулювати їх до купівлі більшої кількості товарів;
- безкоштовні зразки – надання безкоштовних зразків продукції дозволяє потенційним клієнтам спробувати товар перед покупкою, що може спонукати їх до подальшої купівлі;
- бонусні програми – програми лояльності, де клієнти отримують бали за кожну покупку, які можна обміняти на знижки або безкоштовні товари, стимулюють повторні покупки;
- рекламні кампанії – яскраві та креативні рекламні кампанії в соціальних мережах, на телебаченні, радіо або в друкованих виданнях можуть підвищити обізнаність про продукцію і стимулювати інтерес до її придбання;
- тематичні заходи – організація заходів, дегустацій, конкурсів або фестивалів, пов'язаних із цукерками й печивом, може залучити нових

клієнтів і створити позитивне враження про бренд;

- партнерства – співпраця з іншими брендами або організація спільних акцій, може розширити аудиторію і залучити нових клієнтів;
- персоналізовані пропозиції – використання даних про попередні покупки клієнтів для створення персоналізованих пропозицій і знижок, може зробити пропозиції більш привабливими для окремих споживачів.

Отже, знання цільової аудиторії дозволяє вибирати найбільш ефективні заходи стимулювання збуту й забезпечує максимальний вплив на продажі.

Існує два основні способи стимулювання збуту [29, с. 27]:

- онлайн просування – включає заходи, які спрямовані на залучення клієнтів через Інтернет. Основні методи онлайн-просування включають: SEO (Search Engine Optimization), соціальні мережі, сайт, маркетплейси;
- офлайн-просування – охоплює заходи, які проводяться у фізичних місцях продажу для залучення клієнтів. Основні методи офлайн-просування включають: реклама в місцях продажу, дегустації, знижки та акції, яскрава вивіска та незвичайна вітрина, надання додаткових послуг, рекламні плакати в торговому залі.

У табл. 3.1 розглянемо актуальні канали стимулювання збуту в режимі онлайн-просування [15; 18; 29].

Таблиця 3.1 – Актуальні способи просування онлайн, що використовуються в Україні

№	Спосіб просування	Опис	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
1	SEO (пошукова оптимізація)	Оптимізація веб-сайту для підвищення його видимості в пошукових системах.	Довгостроковий ефект, висока довіра користувачів, підвищення органічного трафіку.	Вимагає часу для досягнення результатів, необхідність постійної підтримки та оновлення.
2	Контекстна реклама (PPC)	Платна реклама в пошукових системах, яка вказується відповідно до ключових запитів.	Швидкий результат, можливість точного таргетування, контроль бюджету.	Висока вартість кліка в конкурентних нішах, постійні витрати.

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4	5
3	SMM (соціальні медіа)	Просування через соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok тощо).	Високе залучення користувачів, можливість прямої комунікації, швидке розповсюдження контенту.	Вимагає постійного створення контенту, залежність від алгоритмів соціальних мереж.
4	Відеомаркетинг	Використання відео для просування продукції або послуг (YouTube, Instagram, TikTok).	Високе залучення, вірусний ефект, можливість демонстрації продукту в дії.	Високі витрати на створення відео, залежність від платформи для розповсюдження.
5	Інфлюенсер- маркетинг	Співпраця з популярними особами або блогерами для просування продуктів.	Висока довіра аудиторії, можливість охоплення широкої аудиторії, підвищення впізнання бренду.	Висока вартість співпраці, ризики репутаційних втрат.
6	Telegram	Використання месенджера Telegram для розсилання реklamних повідомлень, створення каналів та ботів для комунікації з аудиторією.	Велика аудиторія, висока швидкість доставки повідомлень, можливість автоматизації процесів через ботів.	Обмежена функціональність порівняно з іншими соціальними мережами, відсутність офіційних реklamних інструментів.

Наведена табл. 3.1 відображає актуальні способи онлайн-просування, які є ефективними та широко використовуються в Україні для досягнення маркетингових цілей.

У табл. 3.2 розглянемо актуальні канали стимулювання збуту в режимі офлайн-просування [29; 30].

Таблиця 3.2 – Актуальні способи просування офлайн, що використовуються в Україні

№	Спосіб просування	Опис	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
1	Телевізійна реклама	Реклама на телевізійних каналах, як	Широке охоплення аудиторії, висока візуальна та	Висока вартість, складність вимірювання

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4	5
		національних, так і регіональних.	Аудіальна впливовість.	ефективності, зменшення популярності ТБ.
2	Радіореклама	Реклама на радіостанціях, включаючи FM та інтернет-радіо.	Висока мобільність, можливість таргетингу за регіоном та часом доби.	Менше візуального впливу, зменшення популярності радіо серед молодшої аудиторії.
3	Зовнішня реклама	Білборди, сітілайти, вивіски, реклама на транспорті тощо.	Висока видимість, можливість локального таргетингу, довготривалий ефект.	Високі витрати на оренду місць, обмежена інформаційна ємність.
4	Промоакції та івенти	Організація заходів, презентацій, дегустацій, виставок.	Прямий контакт із клієнтами, можливість отримати негайний зворотний зв'язок.	Висока вартість організації, обмежена кількість учасників.
5	Спонсорство	Спонсорування спортивних, культурних, освітніх заходів.	Підвищення впізнаваності бренду, позитивне сприйняття через асоціацію з подією.	Висока вартість, складність вимірювання прямого впливу на продажі.
6	Реклама в кінотеатрах	Показ рекламних роликів перед сеансами в кінотеатрах.	Висока візуальна та аудіальна впливовість, гарантована увага глядачів.	Обмежене охоплення, висока вартість.
7	Реклама в місцях продажу	Використання місць продажу для розміщення рекламних матеріалів, демонстрацій продукту.	Безпосередній вплив на покупця в момент прийняття рішення про покупку, підвищення імпульсних покупок.	Обмежена інформаційна ємність, витрати на виготовлення та розміщення матеріалів.

Наведена табл. 3.2 відображає основні офлайн-методи просування, що активно використовуються в Україні для залучення клієнтів і підвищення впізнання брендів.

Розглянуто нові методи просування товарів у сучасних реаліях онлайн та офлайн. Усі ці майданчики один від одного відрізняються своїм наповненням, налаштуванням, оплатою і цільовою аудиторією, але всі ці способи ефективні в роботі зі стимулювання збуту товарів. Налаштувавши

роботу онлайн або офлайн, не варто забувати про саму торгову точку та її наповнення.

Наступний метод стимулювання збуту – це вибір інструментів, які будуть ефективні саме навколо та всередині торгового простору. Способи стимулювання збуту залежно від виду впливу на осіб, які беруть участь у збутовій діяльності підприємств, поділяються на цінові та нецінові.

Цінові методи стимулювання збуту безпосередньо чи опосередковано змінюють рівні ціни на продукцію. У табл. 3.3 розглянуті найпопулярніші цінові методи в точках продажу.

Таблиця 3.3 – Цінові методи стимулювання продажів у точках продажу

№	Назва методу	Переваги	Недоліки
1	Скидки, розпродаж	Швидке залучення покупців, збільшення обсягів продажів.	Можливе зниження прибутку, короткостроковий ефект.
2	Зниження вартості товару	Залучення зацікавлення до товару, підвищення конкурентоспроможності.	Ризик зниження прибутковості, сприйняття товару, як менш якісного.
3	Дисконтні та подарункові карти	Стимулювання повторних покупок, підвищення лояльності клієнтів.	Витрати на виготовлення карт, можливе зниження маржі.
4	Різні акції	Залучення нових клієнтів, підвищення обсягів продажів.	Витрати на проведення акцій, можливе зниження сприйманої цінності товару.

У табл. 3.3 були розібрані найпопулярніші та найефективніші методи цінового стимулювання, виділені переваги та недоліки кожного з них. Цінові методи стимулювання продажів у точках продажу можуть бути дуже ефективними для привертання уваги клієнтів та збільшення обсягів продажів:

- скидки та розпродажі – зниження цін на товари привертає увагу покупців та спонукає їх до покупки;
- зниження вартості товару – зниження ціни на конкретний товар або послугу може зробити їх більш привабливими для споживачів;
- дисконтні та подарункові карти – пропозиції з використанням дисконтних карт або програм лояльності можуть стимулювати покупців до повторних покупок, пропонуючи знижки або подарунки на основі їхніх попередніх покупок;

- різні акції – акції, такі як «купи один товар, отримай другий за половину ціни» або «отримайте подарунок із покупкою», можуть привертати увагу та стимулювати покупців до придбання товарів.

Наведені методи можуть бути використані окремо або в поєднанні з іншими маркетинговими стратегіями для досягнення оптимальних результатів.

Можна зробити висновок про те, що наслідки застосування цих способів може бути, як позитивними, так і негативними. Важливо підлаштовуватися під можливості підприємства та його репутації на певному ринку.

Інший метод стимулювання збуту – неціновий, він спрямований на залучення покупців та спонукання їх здійснити покупку без зміни цін. Нецінові методи (наприклад, рекламні кампанії, проведення демонстрацій, підвищення якості обслуговування клієнтів, бонусні програми тощо), можуть бути ефективними способами стимулювання продажів та покращення загального враження покупців про бренд. У табл. 3.4 проаналізовано найпопулярніші з них.

Таблиця 3.4 – Нецінові методи стимулювання продажів у точках продажу

№	Назва методу	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
1	Дегустації	Клієнти можуть безпосередньо спробувати продукт, що може сприяти прийняттю рішення про покупку. Дозволяє вирізнитися серед конкурентів, особливо, якщо продукт має унікальні особливості смаку або якості.	Вимагає великих витрат на організацію та підготовку. Може не бути ефективним для продуктів, які не можна просто так скуштувати, або для аудиторії, яка не цікавиться дегустаціями.
2	Безкоштовні зразки після покупки	Сприяє лояльності клієнтів, оскільки вони мають можливість скуштувати продукти бренду без додаткових витрат. Може збільшити середній чек, оскільки люди можуть купувати більше, щоб отримати безкоштовні зразки.	Вимагає певної інфраструктури для виконання, наприклад, наявності достатньої кількості зразків та механізму їх видачі. Може бути дорогим, особливо, якщо багато клієнтів користуються цією пропозицією.

Продовження табл. 3.4

1	2	3	4
3	Розіграші, Лотереї	Привертає увагу нових клієнтів і стимулює вже існуючих прийти знову. Створює позитивну асоціацію з брендом через емоційне зв'язування.	Якщо приз дорогий, то метод витратний. Невеликий термін реалізації (тобто, клієнти можуть бути активні лише під час проведення розіграшу).

У табл. 3.4 було розглянуто найпопулярніші нецінові методи стимулювання збуту. Нецінові методи стимулювання продажів у точках продажу можуть бути дуже ефективними для привертання уваги покупців та збільшення обсягів продажів:

- дегустації – надання можливості клієнтам спробувати продукт перед покупкою може сприяти їхньому рішенню придбати товар;
- безкоштовні зразки після покупки – надання безкоштовних зразків товару після покупки може стимулювати клієнтів повернутися за наступними покупками;
- розіграші та лотереї – організація акцій із розіграшами подарунків або лотереями може привернути увагу клієнтів та підвищити їхні інтереси до товарів або послуг.

Наведені нецінові методи не обов'язково залежать від ціни товару й можуть доповнювати цінові стратегії, щоб стимулювати продажі та залучати нових клієнтів. Також, реалізація нецінових методів є витратною щодо підприємства, але ефективність доведена роками. Багато популярних фірмових мереж цукерок в Україні давно вже використовують дані методи й теми, збільшуючи свій прибуток через підвищення іміджу.

Таким чином, у контексті підвищення рівня показників фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання, важливим кроком є розгляд різновидів стимулювання збуту та просування товарів на ринку. Під час аналізу цих методів були виділені їх переваги та недоліки, які підприємство повинно враховувати під час планування та проведення відповідних заходів. Хоча кожен із цих підходів може бути або витратним, або потребувати

значних витрат на реалізацію, вони всі мають потенціал значно підвищити впізнання бренду, повернути нову аудиторію та збільшити рівень лояльності до підприємства. Такий ретельний підбір та використання методів стимулювання може відобразитися на позитивних фінансових результатах та забезпечити стабільний розвиток суб'єкта господарювання на ринку.

3.2. Розробка рекомендацій для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання

Робота підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» на 2023 рік може бути оцінена, як задовільна, проте підвищується ймовірність банкрутства.

Для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності підприємству необхідно поліпшити використання оборотних коштів, зокрема, запасів та витрат, дебіторської заборгованості та коштів. Для того, щоб оптимізувати витрати й підвищити якість на ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», пропонуємо створити чат-бот у Телеграм каналі.

Телеграм – це популярний месенджер та соціальна медіа-платформа, яка надає можливість користувачам обмінюватися повідомленнями, фотографіями, відео, аудіозаписами та іншими типами медіа. Одна з основних особливостей Телеграму – це високий рівень конфіденційності та шифрування даних, що робить його популярним серед користувачів, які цінують приватність.

Телеграм канал стає ефективним інструментом для масової розсилки інформації, новин, анонсів, рекламних повідомлень тощо, при цьому не перевантажуючи отримувачів повідомленнями від інших учасників, як це може відбуватися у звичайному груповому чаті. Користувачі можуть підписатися на канал, щоб отримувати оновлення та інформацію від його адміністраторів.

Telegram один із найбільш зростаючих месенджерів у світі, проєкт стартував у 2013 році, сьогодні його аудиторія вже близько 550 млн. осіб. Причому 2020 рік «карантинний» рік додав йому майже 100 млн. активних користувачів [42].

При цьому щодня месенджер використовують 55,2 мільйона осіб на Android та iOS. А за кількістю завантажень додаток входить до десятки найпопулярніших у світі [42].

Головною особливістю Telegram є безпека, тобто, повна закритість особистих чатів. Тому, конфіденційність «секретних» чатів Телеграма оцінюється, як «7 із 7» [42].

Telegram є одним із найзручніших месенджерів для бізнесу з-за своєї універсальності та функціональності. Він працює на будь-яких пристроях (ПК, смартфон, планшет), вміє дзвонити, миттєво пересилає файли будь-якого розширення; зберігає історію повідомлень, що дуже важливо під час оформлення замовлень, обміну документами. Наведемо кілька ключових переваг цього месенджера для бізнесу [42; 49]:

- крос-платформенність – Telegram працює на будь-яких пристроях, таких як ПК, смартфони та планшети, що дозволяє користувачам бути завжди на зв'язку незалежно від пристрою;
- миттєве надсилання файлів – Telegram дозволяє миттєво надсилати файли будь-якого розміру та формату, що дуже зручно для обміну документами та іншою важливою інформацією;
- збереження історії повідомлень – можливість зберегти історію повідомлень дозволяє відстежувати всі діалоги з клієнтами, що є важливим для оформлення замовлень, вирішення конфліктних ситуацій та збереження історії спілкування;
- функція дзвінків – Telegram має можливість здійснювати голосові та відеодзвінки, що полегшує комунікацію та спілкування з партнерами та клієнтами.

Загалом, Telegram канал є потужним інструментом для бізнесу, який

поєднує в собі зручність, універсальність та широкий функціонал, що робить його важливим компонентом комунікаційної стратегії будь-якої компанії.

Чат-бот у Телеграм – це програма, яка автоматизує комунікацію з користувачами в месенджері Телеграм. Вони можуть бути налаштовані на відповідь на певні запити користувачів або виконання певних функцій. Чат-боти можуть надавати різноманітні послуги, такі як підтримка клієнтів, обробка замовлень, надання інформації про продукти або послуги, проведення опитувань тощо. Вони є потужним інструментом для автоматизації процесів та полегшення взаємодії з клієнтами чи користувачами.

Чат-бот у Телеграм є дуже легкими в налаштуванні, що дозволяє компаніям швидко розгортати їх і почати використовувати для вирішення різних завдань. Завдяки цьому, бізнес може делегувати частину рутинних або стандартних завдань своїм чат-ботам, таких як надання інформації про продукти або послуги, обробка замовлень, підтримка клієнтів тощо [49].

Компанії, які вже використовують чат-ботів у Телеграмі для комунікації зі своєю аудиторією, зауважують про високий рівень активності користувачів та велике охоплення. Це дозволяє підприємствам збільшувати залучення клієнтів та покращувати якість обслуговування [49].

Отже, Телеграм є дуже зручним для торговельного бізнесу, оскільки має багато корисних і гнучких функцій. З його допомогою компанії можуть не лише надавати інформацію про свої товари або послуги, а і приймати замовлення, проводити опитування, запускати маркетингові кампанії та багато іншого.

Месенджери виконують роль потужного інструменту для розвитку Інтернет-торгівлі. Месенджери, зокрема, Телеграм, стають досить привабливими платформами для цього виду бізнесу завдяки своїм широким можливостям та популярності серед користувачів. Чат-боти, спеціально розроблені для цього месенджера, додають ще більше функціональності та автоматизації до процесу торгівлі.

Telegram та чат-боти можуть ефективно впоратися із широким спектром завдань у сфері комунікації та обслуговування клієнтів в Інтернет-торгівлі [42]:

- комунікація з покупцями – чат-боти можуть надавати швидку та зручну комунікацію з клієнтами через чат у Telegram, відповідаючи на їх запитання та надаючи необхідну інформацію про товари та послуги;
- збір замовлень та їх відправлення на обробку – чат-бот може автоматизувати процес прийому та реєстрації замовлень, а також їх відправлення на обробку, що спрощує роботу персоналу та зменшує час на обробку замовлень;
- відповіді на стандартні запитання – чат-бот може надавати стандартні відповіді на популярні запитання клієнтів про товари, ціни, умови доставки тощо, зменшуючи час очікування відповіді та покращуючи загальний сервіс;
- підтримка клієнтів прямо на сайті через іконку месенджера – інтеграція чат-бота із сайтом дозволяє надавати підтримку клієнтам безпосередньо на веб-сайті, через іконку месенджера, що забезпечує зручний та доступний спосіб зв'язку;
- оповіщення про статус доставки (оплати) – чат-бот може автоматично надсилати сповіщення клієнтам про статус їх замовлення, відображаючи інформацію про доставку та оплату;
- збір клієнтської бази – чат-бот може збирати дані про клієнтів, такі як контактна інформація та інтереси, що допомагає у формуванні клієнтської бази для подальшого використання в маркетингових компаніях;
- розсилка промо акцій, оновлень, бонусів – чат-бот може автоматично розсилати клієнтам промо-акції, оновлення про товари та послуги, а також надавати бонуси та спеціальні пропозиції;
- збір аналітики з продажу, клієнтів, рекламних каналів – чат-бот може збирати дані про продажі, клієнтів та ефективність рекламних каналів, що дозволяє проводити аналіз та вдосконалювати стратегії маркетингу та

продажу;

- пересилання документів по угоді (ТТН, електронні чеки) – чат-бот може автоматично надсилати клієнтам необхідні документи, такі як транспортні накладні або електронні чеки, для підтвердження угод та оплати;
- прийом та переказ платежів – чат-бот може надавати можливість клієнтам здійснювати оплату за товари та послуги прямо через месенджер, а також здійснювати перекази коштів..

Отже, з урахуванням широкого спектру можливостей, які надають Телеграм та чат-боти, можна зробити висновок, що вони є потужним інструментом для сфери комунікації та обслуговування клієнтів в Інтернет-торгівлі. Їхнє використання дозволяє забезпечити ефективну взаємодію з покупцями, автоматизувати процеси збору та обробки замовлень, надавати оперативну підтримку на сайті та через месенджери, а також збирати аналітику та проводити розсилки промо-акцій. Ці інструменти є необхідними для підвищення якості обслуговування клієнтів та оптимізації процесів у сучасному Інтернет-торговельному бізнесі.

Так, українські державні установи, сектор транспорту, фінансові установи та багато інших галузей, активно використовують чат-боти. Частіше за все їх розробляють для платформ Telegram або Messenger, а використання чат-ботів на домашній сторінці компанії є менш поширеним.

Тому, використання Телеграм та його чат-ботів для підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» може значно полегшити процеси бізнесу та допомогти досягти більшого успіху завдяки зручності, доступності та ефективності комунікації з клієнтами. Завдяки Телеграм та його чат-ботам, ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» матиме можливість спростити процеси обробки замовлень, взаємодії з клієнтами та контролю над продажами. Чат-боти дозволяють автоматизувати відповіді на запитання, надавати інформацію про асортимент продукції та акції, а також спрощувати процес замовлення продукції. Збереження історії повідомлень та можливість миттєвого надсилання файлів допоможуть зберегти важливу інформацію та

швидко реагувати на запити клієнтів. Використання Телеграм та його чат-ботів стане важливим інструментом для оптимізації робочих процесів та покращення обслуговування клієнтів, що сприятиме досягненню більшого успіху та конкурентної переваги на ринку.

Зважаючи на важливість обґрунтованого вибору засобів комунікації для підприємства, у табл. 3.5 наведемо переваги та недоліки використання чат-ботів у Телеграм каналі для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

Таблиця 3.5 – Переваги та недоліки використання чат-ботів у Телеграм каналі для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

Переваги	Недоліки
1. Зручність та доступність – користувачі можуть звертатися до чат-боту в будь-який час, 24/7, безперервно.	1. Обмежена функціональність – чат-боти можуть бути обмежені у функціях порівняно з іншими засобами комунікації.
2. Автоматизація – можливість автоматичної обробки запитів та надання відповідей без участі оператора.	2. Обмежений інтерфейс – інтерфейс чат-боту, зазвичай, обмежений текстовими повідомленнями, що може обмежувати можливості взаємодії.
3. Зменшення навантаження на персонал – чат-бот може відповідати на типові запити та завдання, звільняючи персонал від рутинних завдань.	3. Низька гнучкість – чат-боти можуть мати обмежену здатність адаптуватися до складних або нестандартних запитів.
4. Покращення обслуговування клієнтів – швидка та ефективна відповідь на запити клієнтів допомагає покращити їхнє задоволення.	4. Технічні проблеми – можливість виникнення технічних проблем, таких як збої в роботі чат-боту або неправильна інтерпретація запитів.
5. Зниження витрат – використання чат-ботів може допомогти знизити витрати на обслуговування клієнтів та підтримку.	5. Відсутність людського фактору – чат-боти не завжди можуть надати персоналізовані та емоційно насичені відповіді, які може надати жива людина.

Наведена табл. 3.5 допомагає систематизувати переваги та недоліки використання чат-ботів у Телеграм каналі для підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», щоб врахувати їх при прийнятті рішення про використання цього засобу комунікації.

Також, за допомогою чат-бота можна підвищити обсяги продажів, використовуючи тригери або автоматичні послідовності повідомлень, які взаємодіють із клієнтами, реагуючи на їхні запити та пропозиції товарів у визначений час.

Розробка рекомендацій для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», вимагає детального аналізу поточного стану підприємства та виявлення ключових проблем. Основні напрямки рекомендацій можуть бути спрямовані на оптимізацію використання ресурсів та підвищення ефективності управління оборотними коштами, включаючи запаси, витрати, дебіторську заборгованість та кошти.

На рис. 3.2 наведено схему основних напрямків для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика». На кожен із напрямків виділимо окремий блок і підкреслимо їх взаємозв'язок.

У наведеній на рис. 3.2 схемі кожен блок представляє один із можливих варіантів використання чат-ботів у Телеграм каналі для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика». Кожен напрямок діяльності має свої внутрішні складові, які спрямовані на підтримку та розвиток бізнесу через використання чат-ботів.

Виділимо основні напрямки для підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

1. Створення чат-боту в Телеграм для оптимізації витрат та підвищення якості продукції для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»:

- розробка чат-боту в Телеграм, який буде взаємодіяти з клієнтами та спрощувати процес замовлення продукції;
- чат-бот може надавати інформацію про асортимент продукції, ціни, акції, а також приймати замовлення та забезпечувати швидку обробку запитів клієнтів.

2. Оптимізація використання оборотних коштів:

- аналіз і оптимізація запасів сировини та готової продукції, щоб уникнути зайвих витрат та зберегти ліквідність підприємства;
- впровадження системи управління запасами, яка дозволить ефективніше контролювати рівень запасів та уникати їхнього перевитрату.



Рисунок 3.2 – Схема використання чат-ботів у Телеграм каналі для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

3. Оптимізація використання оборотних коштів:

- аналіз і оптимізація запасів сировини та готової продукції, щоб уникнути зайвих витрат та зберегти ліквідність підприємства;
- впровадження системи управління запасами, яка дозволить ефективніше контролювати рівень запасів та уникати їхнього перевитрату.

4. Управління дебіторською заборгованістю:

- підвищення ефективності виправлення боргів через автоматизовані системи нагадувань та контролю за строками платежів;

- застосування стратегій зниження ризику несплати боргів, таких як перевірка кредитоспроможності клієнтів перед укладанням угод.

5. Моніторинг та аналіз фінансових показників – постійний моніторинг фінансових показників, таких як оборотність запасів, дебіторська заборгованість та ліквідність, для вчасного виявлення проблем та ухвалення ефективних управлінських рішень.

6. Підвищення конкурентоспроможності та ринкової позиції – впровадження маркетингових програм та акцій для привернення уваги споживачів та підвищення продажів.

Реалізація цих рекомендацій допоможе підприємству ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» покращити свою фінансово-економічну діяльність, збільшити ефективність використання ресурсів та підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Таким чином, розгляд можливості використання чат-ботів у Телеграм каналі, як засобу оптимізації фінансово-економічної діяльності, може стати одним із кроків у досягненні підвищення ефективності фінансово-економічних показників та конкурентоспроможності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

3.3. Оцінка економічної ефективності запропонованих рекомендацій

Для підвищення економічної ефективності на аналізованому підприємстві ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» пропонуємо наступне: для збільшення обсягу реалізації випущеної продукції і розширення ринку збуту продукції більш широко використовувати новий канал збуту через програму телеграм, а саме через телеграм-боти.

Для розрахунку прогнозу економічної ефективності враховуємо витрати на придбання та утримання телеграм-боту та очікуваний прибуток від його впровадження.

Витрати на придбання та утримання телеграм-боту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»:

- придбання телеграм-боту – 12000 грн.;
- щомісячне утримання – 4000 грн.;
- річні витрати – 60000 грн.

Очікуваний прибуток телеграм-боту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» – 200 тис. грн.

Прогноз телеграм-боту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»:

- річний чистий прибуток після впровадження заходу – 200 тис. грн.;
- прибуток на одну гривню витрат – 3,33 (200 тис. грн. / 60 тис. грн.);
- коефіцієнт прибутку – 3,33.

Прогнозовані витрати та прибутки телеграм-боту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»:

- вартість покупки та утримання телеграм-боту – 60000 грн.;
- прибуток від прогнозованої ефективності – $3,33 \times 60000 \text{ грн.} = 199800 \text{ грн.}$

Отже, очікується, що прибуток від впровадження телеграм-боту ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» складе 199800 грн., що наближається до очікуваного прибутку у 200000 грн.

Прогнозується, що вартість витрат на утримання та придбання телеграм-боту буде виправданою і призведе до позитивного впливу на економічну діяльність підприємства.

У табл. 3.6 розрахуємо очікуваний ефект від пропозиції щодо підвищення економічної ефективності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

За результатами аналізу показників економічної ефективності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», наведеного в табл. 3.6, можемо зробити наступні висновки:

- спостерігається позитивна динаміка в показнику чистого прибутку.
- До впровадження заходу чистий прибуток склав -1685 тис. грн. Після

Таблиця 3.6 – Показники економічної ефективності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика»

Показники	До впровадження заходу	Після впровадження заходу	Абсолютні зміни
Чистий прибуток, тис. грн.	-1 685,00	-1 485,00	200,00
Рентабельність продукції, %	-65,88	-58,0604	7,8196
Рентабельність продажів, %	-0,389	-0,3428	0,0462
Рентабельність активів, %	-0,007	-0,0062	0,0008

впровадження цей показник покращився і становив -1485 тис. грн. Це означає, що після впровадження заходу спостерігається позитивна зміна на 200 тис. грн.;

- спостерігається позитивна динаміка в показнику рентабельності продукції. До впровадження заходу рентабельність продукції складала -65,88 %. Після впровадження цей показник покращився і становив -58,0604 %. Це означає, що після впровадження заходу спостерігається позитивна зміна на 7,8196 %;

- спостерігається позитивна динаміка в показнику рентабельності продажів. Так, до впровадження заходу рентабельність продажів складала -0,389 %. Після впровадження цей показник покращився і становив -0,3428 %. Це означає, що після впровадження заходу спостерігається позитивна зміна на 0,0462 %;

- спостерігається позитивна динаміка в показнику рентабельності активів. До впровадження заходу рентабельність активів складала -0,007 %. Після впровадження цей показник покращився і становив -0,0062 %. Це означає, що після впровадження заходу спостерігається позитивна зміна на 0,0008 %.

Отже, економічна ефективність реалізації заходу щодо підвищення економічної діяльності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» передбачається у вигляді отримання додаткового чистого прибутку в сумі 200 тис. грн. Наслідком зростання прибутку стане збільшення рентабельності продукції на 7,8196 % від попереднього значення,

рентабельність продаж зростає на 4,62 % відповідно, а рентабельність активів зростає з -0,7 % до -0,62 % або на 0,08 %.

Впровадження запланованих заходів, зокрема, створення чат-боту в Телеграм, позитивно вплинуло на фінансово-економічну діяльність підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», що підтверджує ефективність вжитих заходів і вказує на потенціал подальшого зростання та розвитку.

Позитивні зміни в показниках економічної ефективності, такі як збільшення чистого прибутку та рентабельності, підтверджують доцільність впровадження цього заходу. Очікуваний додатковий прибуток свідчить про потенційні можливості росту та розвитку підприємства.

Запропонований захід щодо придбання та утримання телеграм-боту для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» демонструє значний потенціал у підвищенні ефективності виробничої діяльності підприємства. Враховуючи витрати на цей захід та очікуваний прибуток від його впровадження, можна зробити висновок, що він є доцільним та перспективним для підприємства.

Прогнозовані витрати та прибутки підтверджують, що запропонований захід є ефективним і може призвести до позитивного впливу на фінансовий стан підприємства. Збільшення чистого прибутку, рентабельності продукції та продажів, а також позитивні зміни в рентабельності активів свідчать про успішність цієї стратегії.

Отже, впровадження нового каналу збуту через програму телеграм шляхом використання телеграм-ботів є перспективним рішенням для підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика», яке дозволить не лише розширити ринок збуту, а й підвищити ефективність його діяльності в умовах сучасного бізнесу.

ВИСНОВКИ

В ході аналізу фінансово-економічних показників діяльності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» та враховуючи запропоновані заходи, можна зробити наступні висновки.

1. Фінансово-економічна діагностика відіграє ключову роль в управлінні сучасним підприємством. Фінансово-економічна діагностика є ключовим інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення стійкого розвитку підприємства в умовах постійних змін на ринку.

2. Методи діагностики фінансово-економічних показників роботи суб'єкта господарювання є важливим інструментом для аналізу та оцінки його фінансового стану та ефективності управління. Вони дозволяють отримати об'єктивну інформацію про рівень доходів, витрат, прибутковості та інших ключових показників діяльності підприємства.

3. Інформаційна база для діагностики фінансово-економічних показників суб'єкта господарювання є важливою для ефективного аналізу його фінансового стану та перспектив. Ці підходи дозволяють не лише виявити проблемні аспекти в роботі підприємства, а й розробити стратегічні заходи для покращення його фінансової діяльності. Застосування систематичної діагностики дозволить забезпечити стабільність та розвиток підприємства в умовах постійно змінюючогося економічного середовища.

4. Досліджуване підприємство ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» є вітчизняним виробником та продавцем кондитерської продукції, як на внутрішньому, так і на зарубіжних ринках. У своєму асортименті підприємство пропонує близько 150 видів кондитерських виробів, включаючи цукерки, карамель, печиво та вафлі. Останнім часом керівництво фабрики переглянуло асортимент продукції, здійснило скорочення асортименту шляхом відмови від нерентабельних видів продукції.

Основними споживачами продукції фабрики є супермаркети.

Проведення дослідження фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр., можемо відзначити, що на підприємстві існують проблеми з управлінням прибутком. Зниження чистого доходу свідчить про скорочення обсягів продажу й підкреслює необхідність вдосконалення стратегій управління та пошуку нових ринків збуту для покращення фінансових результатів у майбутньому. Незважаючи на зниження збитків, підприємство стикається із серйозними викликами такими, як зростання витрат та зниження продуктивності праці.

5. Діагностика фінансового стану ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 рр. свідчить про наявність значних змін в економічних показниках підприємства. Так, проведений аналіз свідчить, що підприємство зазнало значних змін у своїй фінансовій діяльності протягом 2022-2023 років. Хоча є позитивні моменти, такі як збільшення валового прибутку та значне скорочення загального збитку, існують серйозні проблеми, пов'язані зі зниженням чистого доходу та високими адміністративними витратами. Значне зменшення інших операційних доходів і витрат на збут також вказує на необхідність перегляду стратегії та оптимізації витрат. Для досягнення стабільного фінансового стану рекомендується зосередитися на покращенні ефективності управління прибутком, пошуку нових ринків збуту та зниженні витрат.

6. Проведений аналіз фінансових результатів ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» за 2022-2023 роки, свідчить про загальне покращення фінансової стабільності та ефективності управління. Показники майнового потенціалу та ліквідності показали стабільність або певне поліпшення. Однак, варто звернути увагу на аспекти, такі як фінансова стійкість, ділова активність та рентабельність, де можливі коригування в стратегії управління. Загалом, ці результати свідчать про позитивну тенденцію, але вимагають подальшого аналізу та уваги до окремих аспектів для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

7. Обґрунтовано заходи щодо підвищення рівня показників фінансово-економічної діяльності суб'єкта господарювання. Розглянуті різновиди стимулювання збуту та просування товарів на ринку, виділені їх переваги та недоліки, які підприємства мають враховувати при проведенні таких заходів. Усі методи можуть бути витратними з точки зору втрати прибутку або вимагати значних витрат на їхню реалізацію. Проте, кожен із цих підходів може значно підвищити впізнання бренду, привернути нову аудиторію та збільшити рівень лояльності до підприємства. Такі заходи мають потенціал значно покращити фінансові результати та позицію підприємства.

8. У результаті аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» було визначено кілька ключових напрямків для підвищення ефективності. Серед них першочерговою рекомендацією є створення чат-боту у Телеграм каналі для оптимізації витрат та підвищення якості продукції. Розширення ринку збуту за допомогою телеграм-ботів відкриє нові можливості для підприємства, дозволяючи розвивати виробничу діяльність і покращувати фінансовий стан.

9. Проведення оцінки економічної ефективності запропонованих рекомендацій для ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика» засвідчило, що впровадження телеграм-боту, як нового каналу збуту продукції, є важливим кроком у підвищенні ефективності діяльності підприємства, особливо в умовах війни. Прогнозований річний чистий прибуток після впровадження заходу становить 200 тис. грн., що наближається до очікуваного прибутку.

Розрахунковий коефіцієнт прибутку показує позитивну ефективність впровадження телеграм-боту, дозволяючи досягти очікуваних показників у виробничій діяльності. Тому, вартість витрат на утримання та придбання телеграм-боту є виправданою і має позитивний вплив на економічну діяльність підприємства.

Отже, впровадження телеграм-боту є обґрунтованим кроком для підвищення конкурентоспроможності та фінансового стану підприємства ПрАТ «Запорізька кондитерська фабрика».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аблєєва І. Ю. SWOT-аналіз соціо-економіко-екологічного стану підприємств : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2021. 233 с.
2. Берча О., Свадебa В., Попович А. Діагностика фінансово-економічного стану як гаранта стабільного функціонування підприємства. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2022. Вип. 2 (29). С. 164–175.
3. Бохонко О. В., Стрільчук Р. М. Трансформація сутності поняття «економічна діагностика» в сучасній науковій думці. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Ч. 2. Вип. 23. С. 106–109.
4. Величко В. В. Економіка підприємства : конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2021. 114 с.
5. Веретенникова Г. Б., Омеласенко Н. М. Методи діагностики та прогнозування розвитку підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 190 с.
6. Верланов О. Ю. Оцінка фінансового стану підприємств: питання методології та методики : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.01.08 / Інститут регіональних досліджень. Львів, 2021. 22 с.
7. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економічна діагностика : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 400 с.
8. Голей Ю. М. Сутність, завдання та методи діагностики економічної діяльності підприємства на сучасному етапі розвитку ефективного менеджменту. *Держава та регіони*. 2023. № 4 (130). С. 58–64.
9. Горбатенко В. П., Петренко І. І. Метод «Делфі» та специфіка його застосування у прогнозних розробках. *Політичний менеджмент*. 2022. № 6. С. 174–182.

10. Горбачук Ю. А., Кушнір Н. Б. Економічна діагностика. Рівне : НУВГП, 2017. 176 с.
11. Даценко Г. В., Коцеруба Н. В., Крупельницька І. Г. та ін. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Вінниця : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Вінниц. торг.-екон. ін-т, 2021. 416 с.
12. Дзюба І. М., Жуковський А. І., Железняк М. Г. та ін. Енциклопедія Сучасної України – Запорізька кондитерська фабрика. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006. URL: https://web.archive.org/web/20210925122302/https://esu.com.ua/search_articles.php?id=15418 (дата звернення: 13.05.2024).
13. Дикань В. Л., Токмакова І. В., Овчиннікова В. О. та ін. Економічна діагностика : підруч. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 284 с.
14. Дробишева О. О., Головіна Д. В. Сучасні підходи до визначення поняття «економічна діагностика». *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2021. Вип. 5 (17). С. 175–176.
15. Ефективні канали реклами. *Elit-Web*. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/effektivnye-kanaly-reklamy> (дата звернення: 27.05.2024).
16. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2022. 143 с.
17. Зигрій О. В. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі показників звітності: розрахунковий підхід. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. 2021. № 3. С. 243–249.
18. Калина І. І. Інноваційні маркетингові інструменти в епоху цифрових технологій. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 6.1-1 (56). С. 188–194.
19. Кобилецький В. Р., Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/258-spivvidnoshennya-> (дата звернення: 22.05.2024).
20. Коваленко О. В., Зайцева М. О. Сутність діагностики стану господарської діяльності підприємства. *Економічний вісник Запорізької*

державної інженерної академії. 2021. № 5. С. 21–26.

21. Ковальчук Т. М. Діагностичний аналіз в системі управління підприємством: методологія та методика. *Економіка АПК*. 2005. № 2. С. 59–63.
22. Косянчук Т. Ф., Лук'янова В. В., Майорова Н. І., Швид В. В. Економічна діагностика : навч. посіб. Львів : Новий Світ - 2000, 2007. 452 с.
23. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 456 с.
24. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Нормативно-критеріальне забезпечення діагностики фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2010. № 8. С. 105–114.
25. Лук'янова В.В. Сучаний стан теоретичних основ діагностики діяльності підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. Т. 1. Вип. 3. С. 52–58.
26. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2022. 304 с.
27. Максимова В. Ф. Бухгалтерський облік : підруч. Одеса : ОНЕУ, 2012. 670 с.
28. Маліков В. В., Новіченко Л. С., Стойка Н. С. Бухгалтерська звітність: вимоги та складові. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3207> (дата звернення: 17.05.2024).
29. Мозгова Г. В., Ляшевська В. І., Матковська Ю. В. Offline- та online-інструменти реклами: сутність, переваги та недоліки використання. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. Вип. 1 (28). С. 25–31.
30. Мунтян І. В. Особливості та перспективи розвитку ринку реклами в Україні. *Економіка харчової промисловості*. 2021. № 11. С. 89–92.
31. Петрова В. Ф. Фінансовий аналіз : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ

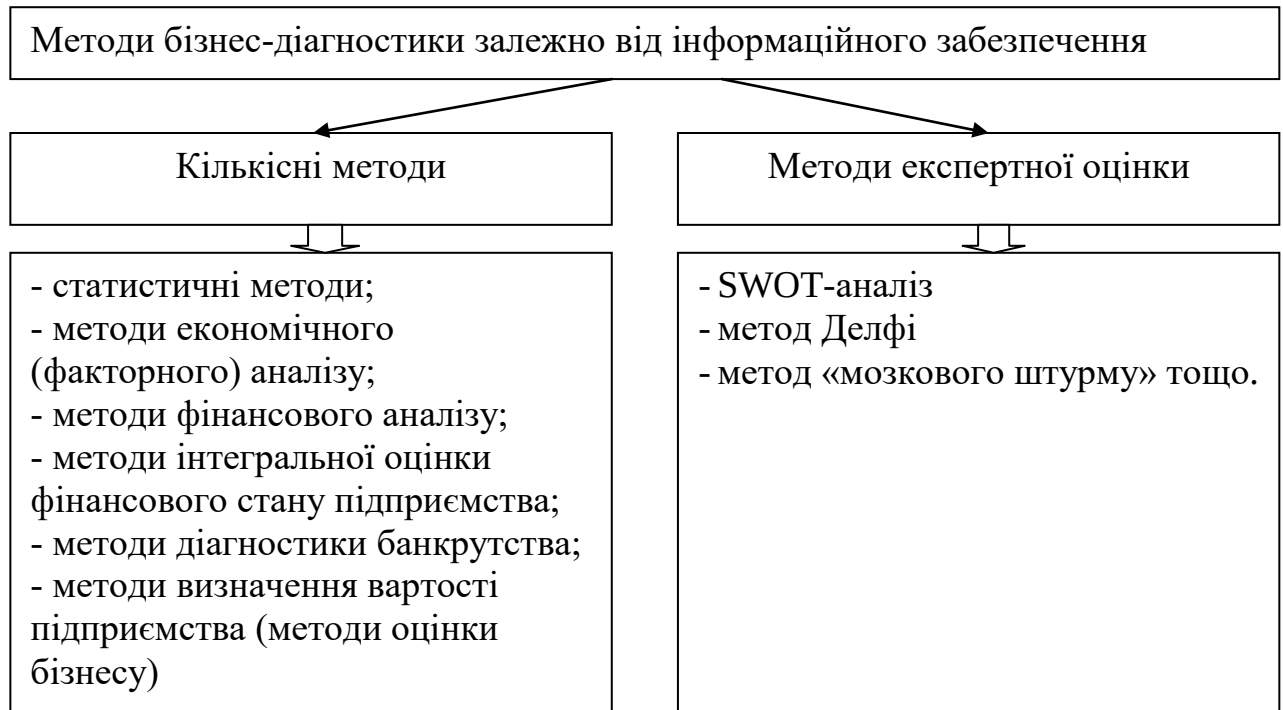
- ім. О.М. Бекетова, 2022. 138 с.
32. Приватне акціонерне товариство «Запорізька кондитерська фабрика». Веб-версія «Clarity Project». URL: <https://clarity-project.info/edr/00382094> (дата звернення: 13.05.2024).
 33. Приймак С. В., Костишина М. Т., Долбнєва Д. В. Фінансова звітність підприємств : навч.-методич. посіб. Львів : Ліга-Прес, 2021. 268 с.
 34. Роговий А. В. Економічна діагностика підприємства: теоретичні та практичні аспекти дослідження. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2020. № 6. С. 457–459.
 35. Романів Є. М., Приймак С. В., Гончарук С. М. та ін. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит : навч. посіб. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 772 с.
 36. Рубан Ю.Б., Татар М. С. Методологічні основи оцінювання вартості підприємства в сучасних умовах. *Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство*. 2021. № 13. С. 18–24.
 37. Руська Р. В., Іващук О. Т. Методи економіко-статистичних досліджень : навч. посіб. Тернопіль : Тайп, 2022. 190 с.
 38. Сарай Н. І. Економічна діагностика : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2021. 165 с.
 39. Соколова Л. В., Полозова Т. В. Теоретичне забезпечення діагностики як превентивний захід запобігання банкрутства підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 65 (1107). С. 154–162.
 40. Сотник А. А. Бізнес-діагностика : курс лекцій. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2022. 37 с.
 41. Тараруєв Ю. О. Економічна діагностика : конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2020. 93 с.
 42. Телеграм для інтернет-торгівлі: що вміє і як створити бот? *KeyCRM Blog*. URL: <https://blog.keycrm.app/telegram-dlya-internet-torgovli-hto-umeet-i-kak-sozdat-bot> (дата звернення: 28.05.2024).
 43. Турчин Л. В., Островерхов В. М. Сучасні тренди Інтернет-маркетингу.

Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. № 24. С. 75–85.

44. Фінансова звітність Приватного акціонерного товариства «Запорізька кондитерська фабрика». Веб-версія «Clarity Project». URL: <https://clarity-project.info/edr/00382094/finances> (дата звернення: 14.05.2024).
45. Чібісова І. В. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2021. Вип. 22 (2). С. 389–394.
46. Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І., Олексюк О. І. Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2018. 344 с.
47. Шпанковська Н. Г., Ізвекова І. М., Кравченко Т. В., Котенко Н. О. Економічна діагностика. Розділ 1. Основні категорії економічної діагностики : конспект лекцій. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2020. 52 с.
48. Шпанковська Н. Г., Ізвекова І. М., Кравченко Т. В., Котенко Н. О. Економічна діагностика. Розділ 2. Особливості методики фінансової та управлінської діагностики : конспект лекцій. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2021. 48 с.
49. Що таке чат-бот: секрети використання та основні переваги для бізнесу. *HelpCrunch Corporation*. URL: <https://helpcrunch.com/blog/uk/shcho-take-chat-bot> (дата звернення: 28.05.2024).
50. Ясіновська І. Ф. Сучасні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємств. *Європейські перспективи*. 2016. Вип. 2. С. 169–175.

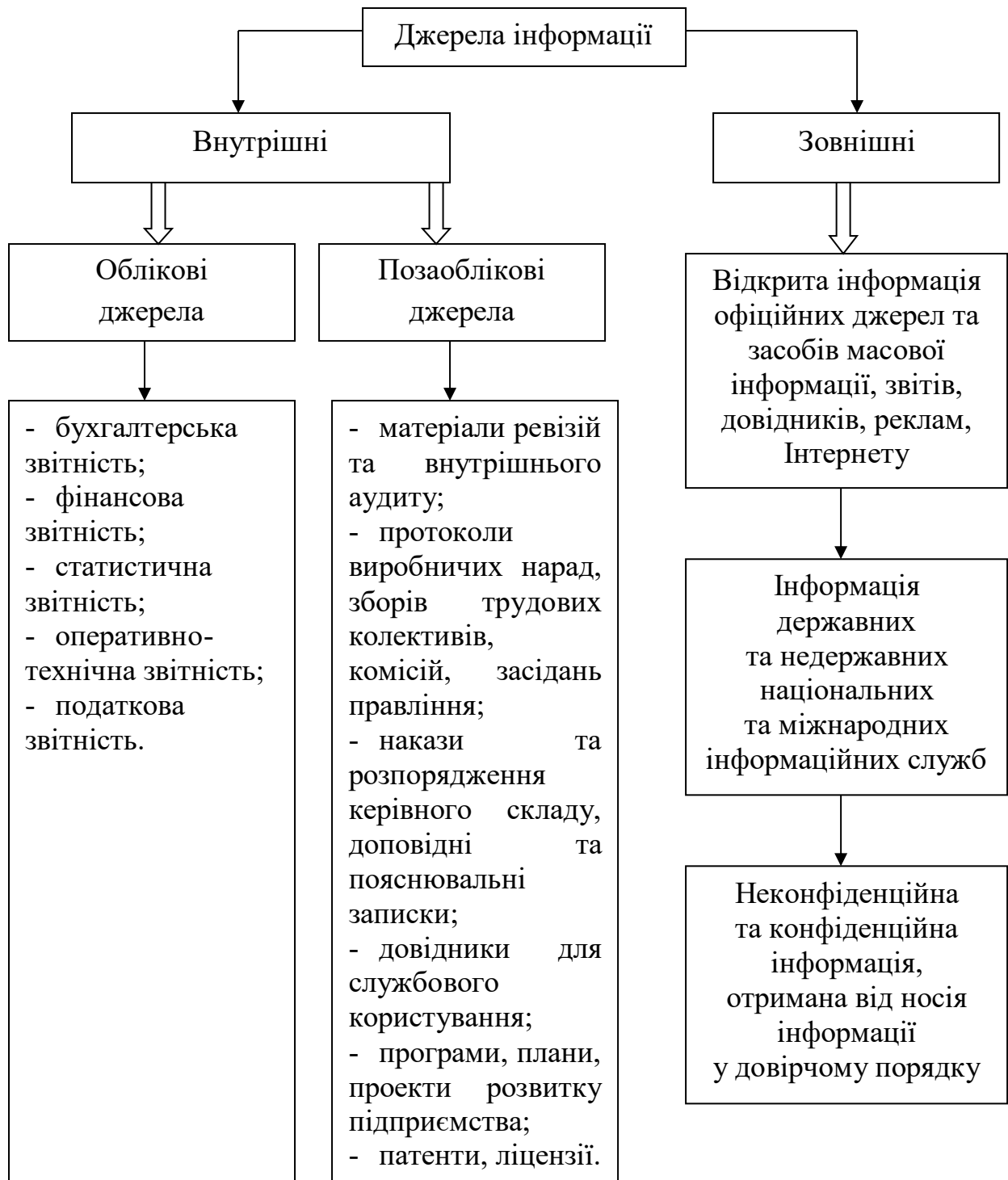
ДОДАТОК А

Методи бізнес-діагностики залежно від інформаційного забезпечення



ДОДАТОК Б

Різновиди джерел інформації про діяльність підприємства



ДОДАТОК В

Дата звіту 2023-02-20
 Період 2022 рік, 12 міс
 Бухгалтер ГАЛІЧЕНКО ЮЛІЯ ВІТАЛІЇВНА
 КАТОТТГ UA23060070010595678
 Кількість працівників 88

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2022 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітної періоду, тис. грн.	На кінець звітної періоду, тис. грн.
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	195.00	195.00
накопичена амортизація	1002	195.00	195.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6 686.00	6 686.00
Основні засоби	1010	128 256.00	144 088.00
первісна вартість	1011	144 230.00	160 319.00
знос	1012	15 974.00	16 231.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	134 942.00	150 774.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	4 844.00	3 698.00
Виробничі запаси	1101	4 141.00	3 578.00
Незавершене виробництво	1102	161.00	120.00
Готова продукція	1103	489.00	
Товари	1104	53.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	1 116.00	696.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
роботи, послуги			
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1 007.00	660.00
з бюджетом	1135	4 168.00	3 617.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	79.00	79.00
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	866.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	92.00	15.00
Готівка	1166	33.00	
Рахунки в банках	1167	59.00	15.00
Витрати майбутніх періодів	1170	4.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	17.00	52.00
Усього за розділом II	1195	12 114.00	8 738.00
Баланс	1300	147 056.00	159 512.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	51 983.00	51 983.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	20 406.00	40 482.00
Додатковий капітал	1410	37 468.00	37 468.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-23 058.00	-30 513.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	86 799.00	99 420.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	14 999.00	14 999.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за:	1610	0.00	
довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	13 035.00	11 132.00
розрахунками з бюджетом	1620	624.00	967.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	209.00	336.00
розрахунками з оплати праці	1630	909.00	1 245.00
за одержаними авансами	1635	766.00	846.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	0.00	
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	29 715.00	30 567.00
Усього за розділом III	1695	60 257.00	60 092.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	147 056.00	159 512.00

ДОДАТОК Д

Дата звіту 2024-02-27
 Період 2023 рік, 12 міс
 Бухгалтер ГАЛІЧЕНКО ЮЛІЯ ВІТАЛІЇВНА
 КАТОТТГ UA23060070010595678
 Кількість працівників 67

Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2023 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн.	На кінець звітного періоду, тис. грн.
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	195.00	195.00
накопичена амортизація	1002	195.00	195.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6 686.00	6 686.00
Основні засоби	1010	144 088.00	144 088.00
первісна вартість	1011	160 319.00	160 319.00
знос	1012	16 231.00	16 231.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	150 774.00	150 774.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	3 698.00	3 660.00
Виробничі запаси	1101	3 578.00	3 540.00
Незавершене виробництво	1102	120.00	120.00
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	696.00	689.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	660.00	659.00
з бюджетом	1135	3 617.00	3 360.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	79.00	84.00
з нарахованих доходів	1140	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	719.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	15.00	53.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	15.00	53.00
Витрати майбутніх періодів	1170	0.00	
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	52.00	74.00
Усього за розділом II	1195	8 738.00	9 214.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	159 512.00	159 988.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	51 983.00	51 983.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	40 482.00	40 482.00
Додатковий капітал	1410	37 468.00	37 468.00
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-30 513.00	-31 595.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн.	На кінець звітнього періоду, тис. грн.
Усього за розділом I	1495	99 420.00	98 338.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1500	0.00	
Відстрочені податкові зобов'язання			
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	1600	14 999.00	14 999.00
Короткострокові кредити банків			
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за:	1610	0.00	
довгостроковими зобов'язаннями			
товари, роботи, послуги	1615	11 132.00	11 225.00
розрахунками з бюджетом	1620	967.00	1 836.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	336.00	368.00
розрахунками з оплати праці	1630	1 245.00	1 221.00
за одержаними авансами	1635	846.00	897.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	0.00	
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	30 567.00	31 104.00
Усього за розділом III	1695	60 092.00	61 650.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	159 512.00	159 988.00

ДОДАТОК Е

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2022 рік

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 545.00	64 911.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1 071.00	61 108.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	1 474.00	3 803.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	279.00	1 075.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	2 609.00	9 583.00
Витрати на збут	2150	79.00	6 330.00
Інші операційні витрати	2180	1 964.00	3 595.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
збиток	2195	2 899.00	14 630.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	-828.00	0.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Інші доходи	2240		6.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250		3 617.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	3 724.00	142.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
збиток	2295	7 451.00	18 383.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		-92.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
збиток	2355	7 451.00	18 475.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	20 076.00	19 331.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	20 076.00	19 331.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	20 076.00	19 331.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	12 625.00	856.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Матеріальні затрати	2500	153.00	40 156.00
Витрати на оплату праці	2505	989.00	14 443.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	466.00	3 449.00
Амортизація	2515	337.00	5 618.00
Інші операційні витрати	2520	2 601.00	16 950.00
Разом	2550	4 546.00	80 616.00

ДОДАТОК Ж

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2023 рік

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 685.00	2 545.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховання	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050		1 071.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	1 685.00	1 474.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	39.00	279.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	2 340.00	2 609.00
Витрати на збут	2150		79.00
Інші операційні витрати	2180	466.00	1 964.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
збиток	2195	1 082.00	2 899.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220		-828.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Інші доходи	2240		0.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250		0.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270		3 724.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
збиток	2295	1 082.00	7 451.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		0.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
збиток	2355	1 082.00	7 451.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		20 076.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	20 076.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	20 076.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-1 082.00	12 625.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн.	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.
Матеріальні затрати	2500	37.00	153.00
Витрати на оплату праці	2505	512.00	989.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	155.00	466.00
Амортизація	2515		337.00
Інші операційні витрати	2520	2 091.00	2 601.00
Разом	2550	2 795.00	4 546.00

