

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ
СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки та підприємництва

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Петро КРУШ

«__» _____ 2020 р.

Дипломна робота

на здобуття ступеня бакалавра

за освітньо-професійною програмою «Економіка підприємства»

спеціальності 051 «Економіка»

**на тему: «Економічне обґрунтування напрямків зростання доходності
корпоративного підприємства»**

Виконав:

студент ІV курсу, групи УЕ-61

Голуб Микита Олексійович _____

Керівник:

професор, к.е.н., професор

Круш Петро Васильович _____

Консультант з економіко-математичного підрозділу:

к.е.н., доцент

Кузьмінська Наталія Леонідівна _____

Рецензент:

к.е.н., доцент

Черненко Наталія Олександрівна _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань.

Студент _____

Київ – 2020 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет менеджменту та маркетингу
Кафедра економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)
Напрямок підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Петро КРУШ
« ___ » _____ 2020 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

Голубу Микиті Олексійовичу

1. Тема роботи «Економічне обґрунтування напрямків зростання доходності корпоративного підприємства», керівник роботи: Круш Петро Васильович, д.е.н., професор кафедри економіки і підприємництва затверджені наказом по університету від 06.04. 2020 р. № 955.

2. Строк подання студентом роботи:

3. Вихідні дані до роботи: Форма №1 «Баланс», Форма №2 «Звіт про фінансові результати», Форма №3 «Звіт про рух грошових коштів», статистична звітність досліджуваного підприємства за 2014-2018 роки, законодавчі та нормативні акти України.

4. Зміст роботи:

Розділ 1. Теоретико-методологічні основи доходності діяльності підприємства

1.1. Сутнісна характеристика доходу як економічної категорії

1.2. Чинники впливу та резерви підвищення доходності діяльності підприємства

1.3. Методичні підходи до оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства

Розділ 2. Аналіз дохідності діяльності на прикладі ПрАТ «Київстар»

2.1. Господарсько-правові засади функціонування та загальна характеристика ПрАТ «Київстар»

2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності ПрАТ «Київстар»

2.3. Аналіз дохідності діяльності ПрАТ «Київстар»

2.4. Економічне моделювання оцінки дохідності діяльності ПрАТ «Київстар»

Розділ 3. Економічне обґрунтування напрямків зростання дохідності діяльності ПрАТ «Київстар»

3.1. Напрями зростання дохідності діяльності та розробка пропозицій щодо їх застосування на ПрАТ «Київстар»

3.2. Обґрунтування доцільності пропозицій щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар»

3.3. Розрахунок витрат на реалізацію заходів щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар»

3.4. Оцінка соціально-економічної ефективності проведених заходів щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар»

5. Перелік ілюстративного матеріалу: презентація дипломної роботи.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 2, пункт 2.4	к.е.н., доц. Кузьмінська Н.Л		
Нормоконтроль	к.е.н., доц. Кривда О.В		

7. Дата видачі завдання:

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження теми науковим керівником	15.12.2019 р.	
2	I розділ написання д/р	03.02.2020 р.	
3	II розділ написання д/р	15.03.2020 р.	
4	III розділ написання д/р	23.04.2020 р.	
5	Попередній захист дипломної роботи	25.05.2020 р.	
6	Строк подання дипломної роботи на кафедру	04.06.2020 р.	
7	Захист дипломної роботи	15.06.-16.06.2020 р.	

Студент _____

Микита ГОЛУБ

Керівник роботи _____

Петро КРУШ

РЕФЕРАТ

Дипломна робота Голуба Микити Олексійовича на тему «Економічне обґрунтування напрямків зростання доходності корпоративного підприємства», напрям підготовки 051 Економіка, КПІ ім. І. Сікорського, 2019, Київ.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Робота виконана в обсязі 106 сторінок друкованого тексту, містить 16 рисунків, 35 таблиць та 0 додатків.

Мета роботи полягає у економічному обґрунтуванні напрямків зростання доходності корпоративного підприємства на прикладі ПрАТ «Київстар».

У якості методологічного апарату здійснення дослідження напрямків зростання доходності ПрАТ «Київстар» було застосовано наступні методи: метод індукції та дедукції, методи аналізу та синтезу, методи вертикального та горизонтального аналізу, графічний, індексний, коефіцієнтний та табличний методи, методи порівняння та методи економіко-математичного аналізу.

У роботі проведено ґрунтовний аналіз теоретичних основ питання доходності, досліджено поточний економічний стан досліджуваного підприємства, на основі якого сформовано пропозиції щодо зростання доходності ПрАТ «Київстар», які включають введення нових напрямків надання послуг – «Конс'єрж-сервісу» та «Стар-Авто». Надано повне обґрунтування та проведено детальний розрахунок необхідних витрат на реалізацію даних пропозицій, здійснено оцінку ефективності впровадження даних заходів, встановлено, що остання знаходиться на вкрай високому рівні.

Об'єкт дослідження – процес підвищення доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних та науково-практичних підходів до зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

Ключові слова: дохід, доходність, ефективність, корпоративне підприємство, диверсифікація, мобільний зв'язок.

ABSTRACT

Diploma work of Golub Mykyta Oleksiyovych on the topic "Economic substantiation of directions of growth of profitability of the corporate enterprise", direction of preparation 051 Economics, KPI named after I. Sikorsky, 2019, Kyiv.

Thesis consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources and appendices.

The work is performed in the amount of 106 pages of printed text, contains 16 figures, 35 tables and 0 appendices.

The purpose of the work is to economically substantiate the directions of growth of profitability of a corporate enterprise on the example of PJSC "Kyivstar".

The following methods were used as a methodological apparatus for researching the directions of profitability growth of PJSC Kyivstar: method of induction and deduction, methods of analysis and synthesis, methods of vertical and horizontal analysis, graphical, index, coefficient and tabular methods, methods of comparison and methods of economic and mathematical analysis.

A thorough analysis of the theoretical foundations of profitability, the current economic condition of the studied enterprise, based on which proposals for increasing the profitability of PJSC "Kyivstar", which include the introduction of a new direction of services - "Concierge Service" and the development of a new tariff package services. A full substantiation is given and a detailed calculation of the necessary costs for the implementation of these proposals is carried out, the effectiveness of the implementation of these measures is assessed, it is established that the latter is at an extremely high level.

The object of research is the profitability of Kyivstar PJSC.

The subject of research is a set of theoretical-methodological and scientific-practical approaches to increasing the profitability of PJSC "Kyivstar".

Key words: income, profitability, efficiency, corporate enterprise, diversification, mobile communication.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	13
1.1. Сутнісна характеристика доходу як економічної категорії.....	13
1.2. Чинники впливу та резерви підвищення дохідності діяльності підприємства.....	29
1.3. Методичні підходи до оцінки та забезпечення дохідності діяльності підприємства.....	34
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КИЇВСТАР»	41
2.1. Господарсько-правові засади функціонування та загальна характеристика ПрАТ «Київстар».....	41
2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності ПрАТ «Київстар»	50
2.3. Аналіз дохідності діяльності ПрАТ «Київстар»	62
2.4 Кореляційно-регресійний аналіз дохідності ПрАТ «Київстар»	70
Висновки до розділу 2	76
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЗРОСТАННЯ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»	78
3.1. Напрями зростання дохідності діяльності та розробка пропозицій щодо їх застосування на ПрАТ «Київстар».....	78
3.2. Обґрунтування доцільності пропозицій щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар».....	83
3.3. Розрахунок витрат на реалізацію заходів щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар».....	88
3.4 Оцінка соціально-економічної ефективності проведених заходів щодо підвищення дохідності ПрАТ «Київстар»	97

	8
Висновки до розділу 3	99
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	105

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні економічні реалії розвитку ринкових відносин відзначаються високим ступенем нестабільності кон'юктур галузевих та національних економік, які піддаються потужному впливу як низки деструктивних геополітичних процесів на світовій арені, так і вкрай неоднозначним тенденціям розвитку політичних систем прогресивних економік світу, в ході чого і виявляється протиріччя наявної глобалістичної парадигми та активізація раніше заморожених проблем розвитку зовнішньої торгівлі та глобальної політики у різних сферах. У таких турбулентних умовах зовнішнього середовища ефективне функціонування суб'єктів підприємництва незалежно від їх розміру та галузі діяльності стає вкрай вразливим до глобальних економічних потрясінь, які часто закінчуються для них різким падінням рівня доходності та подекуди банкрутством. Виходячи із цього, у зазначених умовах вкрай актуальним стають питання ефективного забезпечення доходності підприємницьких структур та можливих заходів щодо стимулювання процесів її зростання, адже висока доходність підприємств національної економіки є фундаментальною передумовою динамічного економічного зростання держави та соціального благополуччя населення.

Ступінь розробки наукової проблеми. Теоретичні та прикладні аспекти забезпечення доходності вітчизняних підприємств є активним предметом розгляду великої кількості вітчизняних вчених та іноземних дослідників-економістів, а особливо значний теоретичний внесок у розвиток теорії доходу та її практичних особливостей у межах національної економіки здійснили такі дослідники як І. Бланка, О. Біла, В. Блонська, Л. Дядечко, Т. Камінська, О. Савенко, В. Мартянова, Л. Медвідь, В. Озерана, О. Подолянчук, Л. Лігоненко, П. Круша, Ю. Пономарьова, Н.М. Ушакова, Т. Примак, В. Ніколаєв, Г. Циліорик. Незважаючи на високу теоретичний базис сформований у працях вище зазначених вчених, проблематика доходу залишається вкрай актуальною по причині високого технологічного та організаційного динамізму сучасних економічних систем та наявності постійної необхідності у конкретних

економічних дослідженнях прикладного характеру щодо питань нарощення рівня доходності, яким і присвячена дана дипломна робота.

Зв'язок роботи з науково-дослідними темами. Дипломна робота виконана згідно планів науково-дослідних робіт кафедри економіки та підприємництва НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» за темою: «Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами і шляхи їх вирішення (№ ДРН 0116U004579)», у рамках якої особисто автором було досліджено теоретико-методологічні засади підвищення доходності діяльності корпоративного підприємства та надано практичні пропозиції до реалізації заходів, націлених на зростання доходності ПрАТ «Київстар».

Метою дипломної роботи є економічне обґрунтування напрямків зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

У межах сформованої мети було поставлено та виконано наступні **завдання дипломної роботи:**

- розглянуто теоретико-методологічні основи та надано сутнісну характеристику доходу як економічної категорії;
- ідентифіковано ключові чинники впливу на рівень доходності підприємство та виділено ключові резерви забезпечення його зростання;
- узагальнено підходи до оцінки та забезпечення доходності діяльності підприємства;
- розглянуто ключові господарсько-правових засади функціонування підприємства ПрАТ «Київстар» та сформовано його загальна характеристика;
- здійснено аналіз основних економічних показників діяльності ПрАТ «Київстар»;
- проаналізовано доходність діяльності ПрАТ «Київстар»;
- здійснено економічне моделювання оцінки доходності діяльності ПрАТ «Київстар» за допомогою кореляційно-регресійного аналізу;
- розглянуто та узагальнено напрямки підвищення доходності діяльності ПрАТ «Київстар»;

- обґрунтовано економічну доцільність пропозицій щодо зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар»;
- проведено розрахунок витрат на реалізацію заходів щодо зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар»;
- проведено оцінку соціально-економічної ефективності проведених заходів щодо підвищення доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

Об'єктом дослідження є процес підвищення доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

Предметом дослідження сукупність теоретико-методологічних та науково-практичних підходів до зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар».

Методи дослідження. У ході написання дипломної роботи було використано велику кількість наукових методів та аналітичних інструментів, зокрема, у межах теоретичної частини роботи були використані переважно методи аналізу та синтезу, формалізації та узагальнення, індукції та дедукції, групування; в процесі проведення аналізу економічного стану були використані переважно коефіцієнтні, індексні, табличні та графічні методи аналізу, SWOT-аналіз, а також застосовано один із методів економіко-математичного апарату – кореляційно-регресійний аналіз; дослідження та формування напрямків підвищення доходності ПрАТ «Київстар» відзначилось використанням усіх попередньо вказаних методів.

Практичне значення отриманих результатів. Сформовані у ході дослідження щодо зростання рівня доходності ПрАТ «Київстар» представляють значну практичну цінність в результаті їх впровадження на досліджуваному підприємстві.

Апробація. Результати дипломної роботи були апробовані та знайшли схвальний відгук в процесі участі на наступних науково-практичних конференціях:

1. II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування ефективних механізмів управління в умовах трансформації соціально-економічних систем» (12 березня 2020, м. Харків)

2. XIX Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених «Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління» (14-16 квітня 2020, КПІ ім. І. Сікорського, м. Київ)

Також результати роботи були представлені у вигляді наукової статті у Випуску 24 журналу *«Сучасні проблеми економіки і підприємництва»* у 2020 році.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОХІДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутнісна характеристика доходу як економічної категорії

Однією із базових категорій якими оперує сучасна економічна наука є категорія «доходу», що слугує основою більшості сучасних методів та інструментів здійснення оцінки ефективності будь-якої форми економічної активності усіх без винятку суб'єктів господарських відносин.

Однак, попри широке застосування, досі економічною наукою не вироблено чіткої дефініції даного поняття, а наукові дебати навколо її визначення точаться повсякчас, що обумовлено складною природою даного поняття, його теоретичною глибиною, комплексністю та подекуди суперечливістю. Саме тому, навіть в умовах домінуючого впливу ринкових процесів в структурі вітчизняної економіки та широкого висвітлення даного поняття, починаючи від появи його загальної концепції, закінчуючи сучасними теоріями та науковими інтерпретаціями, дослідження його історичного розвитку, сучасного тлумачення та принципів визначення залишається актуальним і потребує ґрунтовного теоретичного дослідження. Більш того, варто наголосити, що важливість аналізу та наукового висвітлення даного питання обумовлена не лише науковим пізнанням як таким, але й необхідністю забезпечення науково-методологічних потреб управлінського характеру економічних суб'єктів різних рівнів. Проблематика належного трактування та розуміння категорії доходу охоплює як *загальнонаціональний* рівень (необхідність належної законодавчої регламентації поняття у відповідності до сучасних ринкових практик та відходу від рудиментарних формацій командно-адміністративної економіки у системі національного фінансового законодавства) та *міжнаціональний* рівень (прогресуючий характер євроінтеграційних трансформацій національної економіки потребує належної конвергенції законодавчих трактувань ключових економічних понять, системи їх обліку та правової оцінки у прикладній площині), так і мікроекономічний рівень

(визначення місця та ролі доходу в системі управління підприємством відповідно до сучасних ринкових практик господарювання).

Грунтовний розгляд поняття «доходу» вимагає в першу чергу аналізу історичного контексту його формування, дослідження причинно-наслідкових зв'язків розвитку економічної думки у напрямку визначення місця та ролі доходу як базового елементу економічної системи незалежно від її рівня. Саме тому нижче приведені основні історичні етапи розвитку економічної думки у розрізі теоретичного трактування категорії доходу.

Стародавній світ характеризується концентрацією науково-технічного прогресу та загального цивілізаційного розвитку у східних країнах, які заклали підвалини сучасних концепцій державотворення та управління державою. Поняття «доходу» не використовувалось, більшість наукових праць концентрувались на формування нормативно-правового поля регламентації господарських та цивільно-правових відносин у суспільстві.

Антична епоха характеризується активними науковими пошуками у галузях державотворення, філософії та права, які здебільшого представлені працями грецьких філософів; з'являються перші праці у сфері економіки в контексті ефективного ведення домогосподарства, висвітлені у працях Ксенофонта, Арістотеля, Платона. Поняття «доходу» прирівнюється до загального терміну «багатство».

Середньовічна епоха відзначається домінуванням релігійного догматизму та істотного сповільнення науково-технічного розвитку, внаслідок репресивних заходів церковних структур. Відзначається формуванням потужних торговельних центрів (Флорентійська, Венеційська, Генуезька республіка) та формування поняття «торгового прибутку» тотожного «доходу».

Меркантилістична теорія стала якісно новим етапом у розвитку економічної думки, надавши власний механізм формування та примноження національного багатства країни, стверджуючи, що його джерелом є сфера обміну, а саме міжнародна торгівля. Доход розглядався в контексті даної теорії у якості прибутку отриманого в результаті торговельних операцій.

Фізіократична теорія визначала головним джерелом доходу виключно сферу сільського господарства, при цьому, якісно вирізняючи доходи отримані у сфері виробництва або торгівлі.

Наступним етапом розвитку наукового пізнання стала *класична школа політекономії*, яка заклала основи економічної науки у сучасному її розумінні та дала трактування її базовим категоріям. Одним з фундаторів даного наукового напрямку був В.Петті, який у своїх працях вирізняв два види доходів, такі як заробітна плата та рента. Перший визнався винагородою за працю, а другий – поєднує у собі поняття прибутку, відсотку та власне земельної ренти.

Продовжив ідеї В. Петті, видатний в історії економічної думки вчений – Адам Сміт. Котрий у своїй роботі визначив «три первинних джерела доходу» – заробітну плату, прибуток та ренту[1, с.153]. При цьому, Сміт виокремлював капітал людини у якості частини майна, формуючи логічний зв'язок між ефективністю використання такого капіталу, індивідуальним доходом та суспільним доходом, що є надбанням держави. В свою чергу, прибуток у теорії Сміта мав двоїсте трактування, з одного боку, у якості результату трудової діяльності особи (оскільки створена ним додана вартість в подальшому у певному співвідношенні розподіляється між підприємцем і самим робітником у вигляді його заробітної платні), а з іншого, як результат використання капіталу. Додамо, що Смітом розрізнялося два види праці, а саме продуктивна та непродуктивна. Продуктивною визнавалася лише праця, яка підлягала обміну на капітал, водночас, сфера нематеріального виробництва вважалась непродуктивною, оскільки праця в такому випадку обмінювалася б на дохід, виключаючи будь-яку суспільну або індивідуальну користь.

Послідовником поглядів Сміта став його учень Д. Рікардо, який один із перших порушив проблематику розподілу доходів у суспільстві та його справедливості. Висвітливши у свої роботах специфіку розподілу суспільного продукту між різними категоріями населення відповідно існуючого рівня розвитку, що втілюється у ренті, прибутку або заробітній платі.

Важливим етапом в процесі історичного розвитку поняття «доходу» та економічної теорії загалом стала поява *марксистської теорії* основоположником став німецький філософ К. Маркс, який розвинув напрацювання представників класичної школи (рисунок 1.1), однак, визначивши якісно іншу економічну природу доходу.

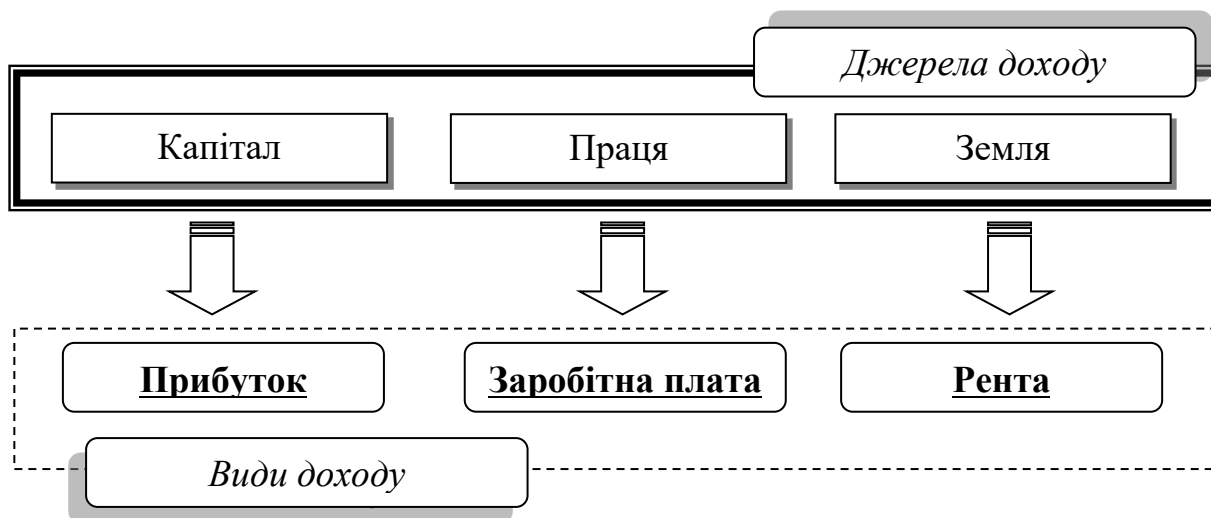


Рисунок 1.1 – Тракткування доходу за джерелами та видами

Джерело: узагальнено автором на основі [2]

Карл Маркс розробив так звану теорію трудової вартості доходів, у рамках якої вбачав у капіталі головне джерело формування доходу, що представляє собою комплекс господарських відносин з привласнення результатів праці та засобів виробництва. Відповідно до даної теорії єдиним джерелом створення доданої вартості є лише праця, а усі побічні форми отримання доходів є ніщо інше як результат привласнення такої праці та неоплаченої трудової діяльності робітників. Марксом виділялося два основних класи суспільства – пролетаріат (клас виробничих працівників) та капіталістів («привласнювачів» доданої вартості створеної робітниками). Поняття доходу Маркс трактує як частка прибутку у розпорядженні капіталіста за мінусом понесених витрат на сплату процента за користування капіталом.

Історична школа розглядала дохід та дохідність через призму проблем суспільної нерівності, а саме доходної диференціації, і загалом відзначалася підвищеним інтересом до проблем забезпечення та рівномірності прав серед усіх членів суспільства.

Важливий вклад в розвиток поняття «доходу» здійснили представники *неокласичної теорії*, зокрема, відомий вчений Дж. Кларк, який у своїх працях обґрунтовував процес формування доходу, назвавши його «законом природного порядку» згідно якого кожен окремий фактор виробництва володіючи певним рівнем продуктивності пропорційно приносить відповідний рівень доходу, тобто зароблений ним дохід визначається пропорційно до вартості його граничного продукту. Представникам даної школи також був характерний розгляд проблематики доходу через питання доходної нерівності. Для прикладу, А. Маршалл вважав доходну диференціацію в суспільстві важливою проблемою економічного устрою держави, наполягаючи на тому, не існує виправдання надмірному багатству поряд з надмірною бідністю.

Не менш важливим в історії економіки напрямом, котрий також здійснив істотний внесок у розвиток поняття «доходу» є *кейнсіанська теорія*, котра розглядала дохід в контексті протилежних процесів заощадження та споживання, при цьому, уточнюючи, що зростання загального розміру доходу призводить до відповідного зростання обсягу споживання, однак пряма пропорційність при цьому не зберігається.

Неоліберальною теорією дохід розглядався у його тісному зв'язку з поняттям капіталу та процентної ставки, при цьому, заощадження як економічна категорія мають на меті вирівняти надходження доходу, тим сам забезпечуючи гармонізацію процесу споживання та отримання прибутку у майбутньому (відсоток).

Інституціональна теорія розглядала питання доходу крізь проблематику розподілу прав власності та взаємодії у цьому процесі окремих інститутів, які регулювали дане питання. При цьому, зазначимо, що санкціонування діяльності таких інститутів не завжди лежить у правовій площині, оскільки мають місце так звані суспільні інститути (моральні правила, традиції, релігія і т.д.). Таким чином здійснюючи регламентацію доступу до тих чи інших ресурсів, залежно від їх матеріальної цінності, здійснюється варіювання обсягу отриманого доходу відповідно до наявності прав на його отримання.

Представленні вище економічні теорії, що здійснили помітний внесок у розвиток поняття доходу та доходності демонструють усю складність та комплексність даної економічної категорії, що з одного боку, пояснюється широким спектром його вжитку (для прикладу – дохід на макроекономічному рівні принципово іншу змістову наповненість, ніж дохід на мікрорівні), а з іншого, різницею у особливостях та специфіці побудови національних економічних систем та їх взаємодії на глобальному рівні (міжнародні стандарти обліку визначають доходом – суму надходжень у вигляді виручки та кредиторської заборгованості).

Сучасні підходи до визначення економічної категорії «доходу» ґрунтуються здебільшого на двох основних напрямках:

- економічний підхід;
- бухгалтерський підхід.

Основою економічного підходу є категорія «виручки», тобто обсягу грошових коштів отриманого унаслідок реалізації підприємством продукції або послуг. Деякими дослідниками виручка прирівнюється до поняття доходу, однак, на нашу думку дане ототожнення не є доцільним, оскільки категорія виручки не включає в себе доходи отримані від позареалізаційних операцій, наприклад, роялті, дивіденди, орендна плата, отриманий прибуток за портфельними інвестиціями. Саме тому, більш розповсюдженим на сьогодні є уявлення про дохід як сукупність грошових коштів отриманих як у вигляді виручки, так і у вигляді результатів від позареалізаційної діяльності. Окрім економічного та бухгалтерського підходу, широкого висвітлення у науковій літературі набули ринковий та витратний напрямки трактування поняття «доходу», на основі яких в подальшому було сформована низка теорій, які оперуючи категоріями витрат та певними ринковими поняттями намагалися пояснити економічну природу доходу. До описаних вище теорій сучасні дослідники відносять наступні [3, с.6]:

1. *Факторна теорія* – визначає дохід як кількісно виражений, інтегрований результат взаємодії використовуваних підприємством ресурсів та факторів в процесі здійснення діяльності.

2. *Теорія підприємницького доходу (компенсаторна)* – визначає ключовим фактором отримання доходу підприємством – підприємницькі здібності, а дохід в свою чергу виступає у якості винагороди підприємця, або його компенсації за понесений ризик, в результаті застосування таких здібностей.

3. *Інноваційна теорія* – визначальним фактором у рамках даної теорії виступає фактор високотехнологічних нововведень націлених на вдосконалення техніко-технологічних, організаційно-адміністративних та інформаційно-комунікаційних процесів на підприємстві з метою зниження обсягу непродуктивних витрат, вдосконалення продуктових характеристик товару, посилення існуючих або отримання додаткових конкурентних переваг.

4. *Теорія монопольного доходу*. Предметом розгляду даної теорії є отримання грошових надходжень підприємствами в умовах недосконалості ринкового середовища, зокрема, відповідної специфіки конкурентних взаємодій, стверджуючи що можливість отримання додаткового доходу виникає в умовах монопольного положення організації, або використанням недобросовісних форм конкуренції, провалів у нормативному регулюванні функціонування ринку.

Варто зазначити, що представлені вище теорії визначення поняття «доходу», його економічної природи та казуїстичних зв'язків пов'язаних з його виникненням не є взаємовиключними або полярними, їм навпроти, притаманний взаємнопроникаючий характер, тобто кожна з теорій, описує одну з функціональних сторін доходу в контексті механізмів його виникнення.

Не менш важливим, на нашу думку, є розгляд бухгалтерського підходу у трактуванні поняття «доходу», який на відміну від економічного розглядає його крізь призму категорії економічної вигоди.

Основними напрямками дослідження поняття «доходу» у рамках бухгалтерського підходу є наступні: концепції продукту, концепції вибуття і концепції приросту [4].

Концепція продукту передбачає визначення доходу як безперервного процесу створення підприємством товарів або послуг – продукту. Головним недоліком даної концепції є в першу чергу нехтування питаннями порядку визнання доходу та власне механізмом його кількісного виміру.

Концепція вибуття розглядає дохід з позицій порядку та умов його визнання, зокрема після передачі права власності на нього з отриманням відповідних грошових коштів або надання його на умовах кредиту. Ключовим недоліком концепції виступає відсутність механізму обліку та визначення розміру доходу в умовах етапності надходження виручки у відповідності до досягнутого рівня виконання замовлення. Прикладом в даному випадку може слугувати діяльність компаній з будівництва або надання ремонтних послуг, якими здійснюється облік доходу залежно від частки виконаних робіт, хоча згідно даної концепції, доходом визнавалася б кінцева сума передана замовнику по закінченню робіт.

Концепцією приросту доходом розглядаються грошові надходження у момент передачі права власності на товар, надану послугу, на умовах прямого продажу або у кредит, при цьому акцентуючи увагу на прирістному характеру доходу, що забезпечує зростання розміру активів підприємства, внаслідок здійснення попередньо згаданих операцій. Даний підхід є найбільш використовуваним порівняно з описаними, оскільки в даному випадку розмір доходу напряму залежить від кількісної оцінки активів та відповідного її відображення у бухгалтерській документації. Відповідно до даної концепції доходом можна вважати поповнення активів господарюючого суб'єкта, унаслідок здійснення його основної діяльності (виробництва та реалізації товарів/послуг, інших позареалізаційних операцій). Однак, справедливо зазначити, що описана концепція, уникає питання динамізму поняття «доходу», якому присвячена концепція продукту.

На основі розглянутих концепцій та теорій «доходу» в контексті базових економічного та бухгалтерського підходу, визначимо основні сутнісні характеристики «доходу», які поєднують дані теоретичні підходи:

- виступає інтегрованим результатом провадження підприємством його основної діяльності;
- дохід є кількісною характеристикою отриманих підприємством вигід за визначений проміжок часу,
- складовими елементами доходу як економічної категорії виступають виручка та грошові надходження від позареалізаційних операцій.

Далі, пропонуємо розглянути основні дефініції поняття «доходу», які мають місце серед вітчизняного наукового простору. Важливо зазначити, що наразі існує вкрай велика кількість визначень даної категорії, однак, провівши логічний аналіз, зазначимо, що дані трактування поділяються на дві групи:

— дефініції в основі яких лежить якісне ототожнення категорій «прибутку» та «доходу», узагальнено, визначаючи останній як обсяг грошових надходжень компанії за мінусом понесених нею витрат основної діяльності протягом встановленого часового проміжку;

— дефініції, що якісно відокремлюють категорії «прибутку» та «доходу», де останній, узагальнено, трактується як загальний виторг компанії, відзначаючи його специфічний вплив на структуру капіталу та результати діяльності компанії.

Проведений аналіз літературних джерел та наукових праць вітчизняних дослідників-економістів свідчить, що прибічниками ототожнюючого підходу у формуванні дефініції «доходу» є В. Сухарський, О. Біла, Ю.І. Продіус, В. Сідун, Ф. Бутинець, Ю. Пономарьова. Водночас, обґрунтування протилежних поглядів на питання формування дефініції «доходу», надано у наукових напрацюваннях таких вчених як О. Савенко, В. Блонська, В. Сопко, Т. Камінська, С. Зубілевич, Н. Шмиголь.

На нашу, думку більш обґрунтованим виходячи як з сутнісного наповнення економічної категорії «доходу», так і виходячи із трактувань вітчизняного законодавства та міжнародних стандартів, доцільно визначити «дохід» відмінною від «прибутку» категорією, однак, щодо підходів до оцінки економічної ефективності з позицій доходності, більш показовими є методики

оцінки прибутковості. Пропонуємо визначити дохід як сукупність грошових надходжень, отриманих організацією в результаті реалізації товарів або послуг та здійснення інших позареалізаційних операцій, протягом встановленого часового проміжку.

Далі, пропонуємо розглянути ряд альтернативних трактувань поняття «доходу», які зустрічають у дослідженнях вітчизняних авторів (рисунок 1.2).

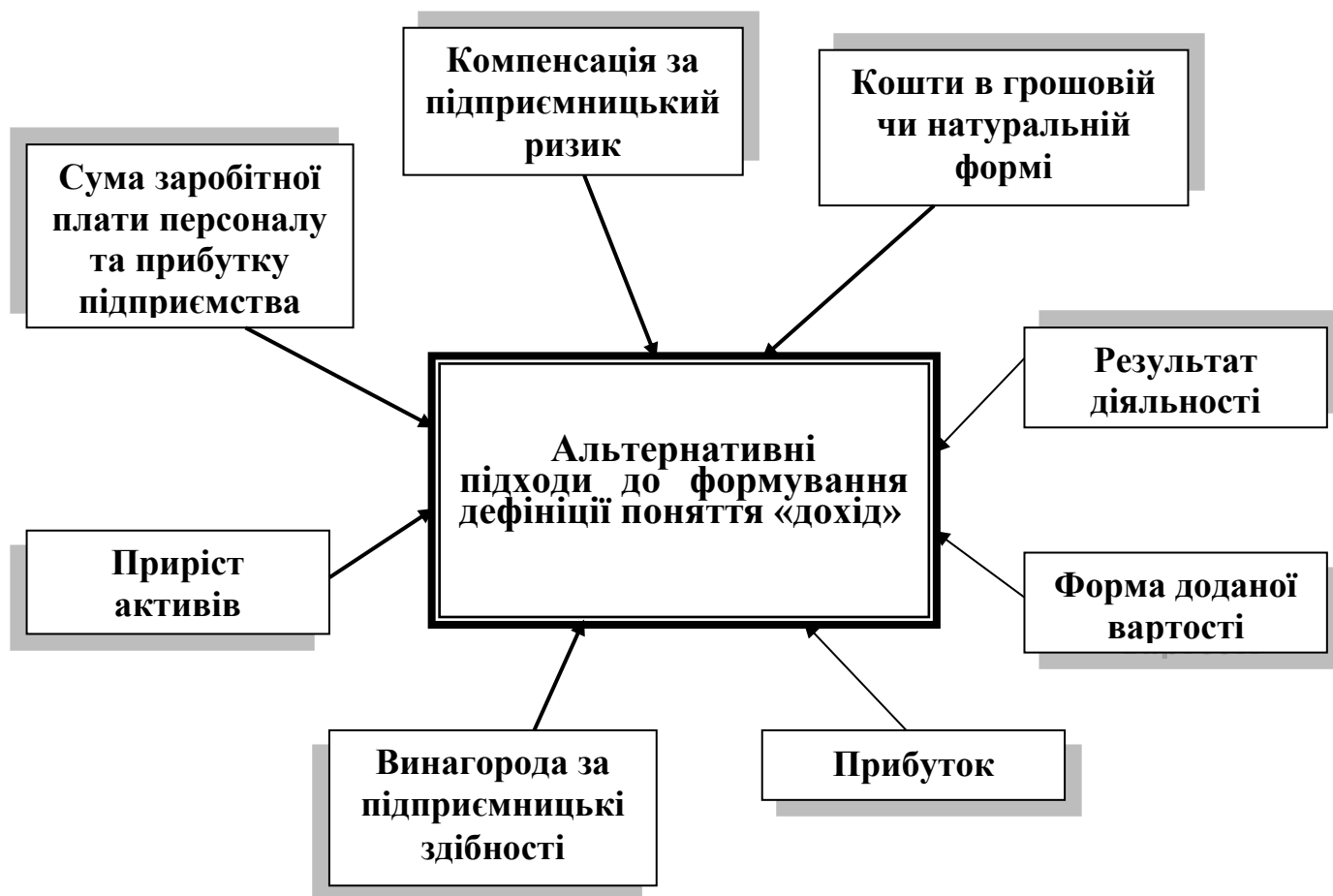


Рисунок 1.2 – Альтернативні дефініції поняття «дохід»

Джерело: узагальнено автором на основі [4], [5], [6], [7]

Представлені вище трактування свідчать про наявність значної кількості дефініцій даної економічної категорії, як у розрізі попередньо висвітлених теорій та концепцій, так і в контексті авторських підходів окремих авторів. Саме тому доцільно визначити перелік основних ознак доходу як економічної категорії, з метою надання більш повної та глибокої його характеристики, уникаючи фрагментарності трактувань даного поняття через відповідні дефініції. На нашу

думку, доцільним є розгляд ознак даної економічної категорії крізь призму її якісних взаємодій з іншими економічними категоріями та явищами, які власне і дозволяють більш повно зрозуміти економічну природу самого доходу. До основних ознак доходу можна віднести наступні:

— зв'язок доходу з категоріями результативності та економічної ефективності, що вимагає належної оцінки не лише фактичних показників доходу, але й альтернативної вартості реалізованих товарів/послуг;

— зв'язок доходу з провадженням заходів адміністративно-організаційного характеру, які попри свій опосередкований характер чинять істотний вплив на рівень доходу компанії;

— зв'язок доходу з провадженням заходів інноваційного розвитку підприємства, що сприяють формуванню, безумовних конкурентних переваг і як наслідок росту абсолютних показників доходності;

— зв'язок доходу з прийнятим підприємством рівнем ризикованості діяльності, що має виражений пропорційний характер;

— зв'язок доходу та часових параметрів здійснення операцій, пов'язаних з його майбутнім отриманням, що пов'язано з наявністю специфічних особливостей обліку у рамках конкретних правових систем;

— зв'язок доходу та базових принципів бухгалтерського обліку, зокрема отримані доходу мають бути об'єктивним чином оцінені та обліковані, що визначає їх законність;

— зв'язок доходу та макроекономічних процесів та явищ, оскільки вартісна природа категорії доходу обумовлює необхідність коригування його оцінюючих параметрів відповідно до впливу інфляційних процесів, а також ряду факторів, що впливають на вартість грошових коштів;

— зв'язок доходу та соціальної складової ведення бізнесу, що в сучасних умовах набуває додаткової як іміджевої, так і організаційно економічної ваги, адже в перспективі частка доходу витрачена на соціальний напрямок (матеріальна стимуляція, підвищення фаховості кваліфікаційного складу

персоналу, тимбілдінг і т.д.) напряду впливає на рівень доходу організації, в першу чергу, за рахунок змін у трудових показниках ефективності персоналу.

Представлені вище ознаки доходу свідчать, що дане поняття не може бути висвітлене виключно у категоріях результативності та ефективності, оскільки має місце тісний зв'язок даної категорії з базовими економічними процесами як на внутрішньоорганізаційному рівні, так і на рівні макроекономічних систем. Саме тому здійснення ефективного управління питаннями забезпечення високого рівня доходності вимагає в першу чергу розуміння економічної природи зв'язку доходу з політикою підприємства у сфері інновацій, управління персоналом, маркетингу, загальними підходами до формування та розбудови організаційної структури підприємства.

Наступним вкрай важливим етапом у дослідженні економічної природи поняття доходу є формування його належної класифікації, яка дозволить комплексно оцінити усі сфери та напрямки функціонування підприємства у яких має місце категорія доходу. Загальновідомим є той факт, що питаннями розробки належної класифікації доходів займалася велика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених, аналогічно проблематики формування дефініції даного поняття. Однак, варто відзначити, що попередньо розроблені різними авторами системи класифікації доходу об'єктивно не можуть відповідати сучасним потребам управлінської діяльності підприємств, по причині, істотних динамічних змін у структурі економіки та її технологічному розвитку, які власне і обумовлюють часткову застарілість попередніх напрацювань.

Саме тому, доцільним є використання попередньо розроблених класифікаційних ознак у якості теоретичної основи побудови сучасної актуальної класифікації доходів. Узагальнюючи, варто зазначити, що класифікація доходів має на меті в першу чергу забезпечення низки організаційних потреб компанії, зокрема, має відповідати існуючим потребам та ключовим функціям управлінського та бухгалтерського обліку, наявним галузевим та загальноекономічним процесам розвитку, враховувати цілі якісної

декомпозиції базових складових доходу, з метою їх подальшого кількісного аналізу та прийняття відповідних управлінських рішень.

Далі пропонуємо розглянути увесь спектр можливих проявів доходу у різних функціональних складових діяльності підприємства у відповідності до висвітлених попередньо вимог до неї. Нижче у таблиці 1.1, представлена класифікація доходів підприємства.

Таблиця 1.1 – Класифікація доходів

Класифікаційна ознака	Види доходу
У сфері планування	
Час виникнення	Минулі
	Поточні
	Майбутні
Роль в плануванні	Фактичні
	Планові
Ступінь охоплення планом	Нормовані
	Ненормовані
Ступінь періодичності	Перманентні
	Одноразові
Можливість передбачення	Звичайні
	Надзвичайні
Економічна форма	Грошові
	Натуральні
	Немонетарні (нематеріальні)
Врахування впливу інфляції	Реальні
	Номінальні
Інфляційна чутливість	Відповідно до ризику знецінення під впливом інфляції
У сфері регулювання та контролю	
Можливість до регулювання	Керовані
	Некеровані
Характер появи	Явні
	Неявні
Правова класифікація	Законні
	Незаконні
Метод оцінки	Прямий
	Непрямий
Вид обліку	Управлінський
	Податковий
	Бухгалтерський
Роль в управлінні	Стратегічні
	Тактичні
	Поточні

Продовження таблиці 1.1

У сфері управління	
Рівень керованості	Релевантні
	Нерелевантні
Впливовість у прийнятті управлінського рішення	Маржинальні
	Інкрементальні
Цільова орієнтація	Соціальні
	Економічні
Спосіб отримання	Активні
	Пасивні
Міра ризику	Безризикові
	Ризикові
У сфері обліку фінансових результатів	
Вид діяльності	Основної
	Іншої операційної діяльності
	Фінансової
	Інвестиційної
Період виникнення	Місяць
	Квартал
	Рік
Джерело виникнення	Основна діяльність
	Позареалізаційні операції
Вид продукції	Відповідно до товарної номенклатури
Ступінь деталізації	Відповідно до прийнятої підприємством організаційної структури
Характер оподаткування	Оподатковувані
	Неоподатковувані

Джерело: узагальнено автором на основі [7],[8],[9],[10],[11],[12]

Представлена у таблиці 1.1 класифікація доходів розкриває усю повноту та комплексність категорії «доходу» її роль у забезпеченні основних управлінських процесів на підприємстві. Виходячи із цього можна виокремити наступний перелік завдань, який дозволяє виділити «дохід» як економічну категорію:

- забезпечення матеріальної основи функціонування підприємства за рахунок відшкодування затрат на здійснення його діяльності;
- забезпечення стабільності та фінансування розвитку підприємства за рахунок залишкової частини доходу, що залишається після вирахування затрат – прибутку;
- забезпечення виконання податкових зобов'язань підприємства перед бюджетами різних рівнів та позабюджетними фондами;

— забезпечення високого рівня розвитку соціальної складової діяльності підприємства, в контексті сучасних тенденцій щодо соціалізації бізнес-структур та популяризації політики відповідального бізнесу.

Зазначимо, що ключовими принципами, які лежать в основі ефективного управління доходною політикою підприємства є системність, часова відповідність, релевантність, достовірність, об'єктивність відображення та ефективність цілепокладання.

Далі, пропонуємо ідентифікувати основні функції доходу як однієї з базових категорій діяльності підприємницької структури. Основні функції доходу подані на рисунку 1.3.

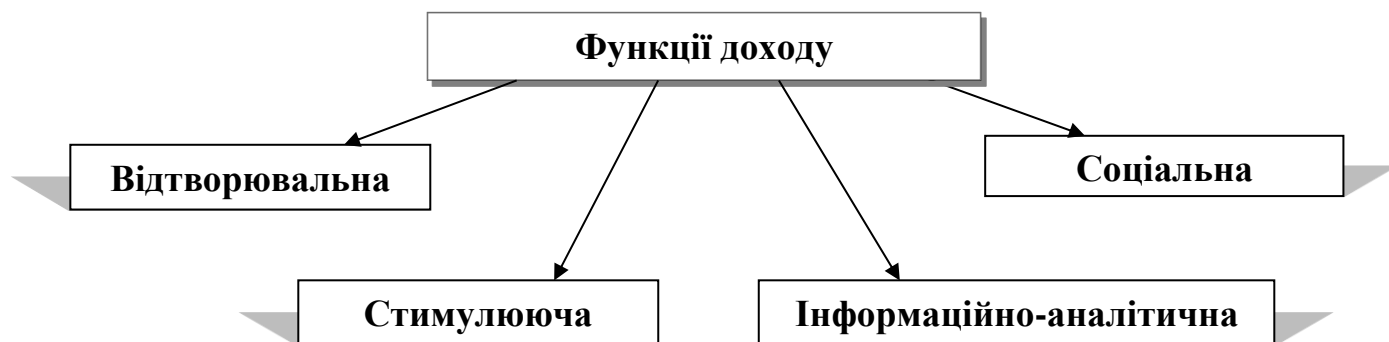


Рисунок 1.3 – Функції доходу

Джерело: авторська розробка

Наступним етапом пропонуємо здійснити змістовий розгляд різних форм доходу, що відображаються у бухгалтерській звітності підприємства та охарактеризувати їх сутнісне наповнення. Нижче у таблиці 1.2 подана стисла характеристика відповідних видів доходу.

Таблиця 1.2 – Характеристика видів доходу за напрямками діяльності

Вид доходу	Характеристика
Чистий дохід	Включає доходи отримані в результаті реалізації товарної продукції, наданих робіт/послуг за мінусом передбачених податкових знижок, повернення попередньо реалізованих товарів, податкових платежів.
Інші операційні доходи	Джерелами доходів у даному виду доходу слугують грошові надходження від курсових різниць, оренди, відсотків, роялті, різні форми доходу від реалізації оборотних та необоротних активів.

Продовження таблиці 1.2

Дохід від участі в капіталі	Включає грошові надходження отримані за рахунок попереднього інвестування у асоційовані, дочірні підприємства, тобто у якості прибутку від їх діяльності у його відповідній частці.
Інші фінансові доходи	Джерелом доходу виступають фінансові інвестиції.
Інші доходи	Включає грошові надходження підприємства, що не пов'язані з операційно, фінансовою або інвестиційною складовими його діяльності.

Джерело: авторська розробка

Зазначимо, що представлені у таблиці 1.2 види доходу у відповідності до законодавчо встановлених форм бухгалтерської звітності мають певні специфічні особливості визнання, тобто існують деякі категорії грошових надходжень, які формально за своїм змістом є доходами, однак, законодавчо таким не визнаються. До таких доходів належать наступні:

- грошові надходження від передоплати або авансу, оскільки дані операції здійснюються в рахунок майбутньої оплати, то грошові надходження не можуть бути визнані заробленими;
- грошові надходження у якості задатку при погашенні позики;
- грошові надходження від ІРО;
- грошові надходження за комісійними договорами.

Додамо також, що виходячи з принципу обачності в бухгалтерському обліку, доходи, достовірну оцінку яких визначити неможливо, у звітності не відображаються.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що поняття «доходу» є комплексною та багатоаспектною категорією економічної науки, що попри ґрунтовний розгляд протягом усього періоду її розвитку не знайшла остаточного визначення та класифікації, однак незважаючи на тривалі дебати у площині наукової систематизації, дохід залишається важливим аспектом управління підприємством і одним з основних цільових показників оцінки ефективності результативності його функціонування.

1.2. Чинники впливу та резерви підвищення дохідності діяльності підприємства

Існування категорії доходу неможливо в ізольованому та інкапсульованому стані без її прямого зв'язку як з внутрішніми та і зовнішніми економічними процесами розвитку. Особливої актуальності дане твердження набуває у сучасних умовах глобалізаційного розвитку більшості економік світу та водночас наявності базових індикаторів кризових процесів в економіках прогресивних країн світу, що загострює потребу в розумінні ступеня кожного з чинників на фінансово-господарський стан підприємства, його можливості протистояти таким впливам.

Варто зазначити, що утвердження глобалістичної парадигми світового економічного розвитку мало свої позитивні наслідки для економічних суб'єктів різних рівнів, зокрема, для підприємств дані процеси дозволили розширити межі національного ринку праці, створивши умови для пошуку та залучення компетентних фахівців незалежно від їх географічного розташування; отримати додаткові переваги пов'язані з вільним рухом капіталу та можливістю вільного залучення інструментів фінансового ринку; послаблення тарифних бар'єрів також стимулювало активний розвиток торгівлі та розширення програм наукової кооперації як освітніх установ, так і підприємницьких структур.

Не менш важливими залишаються тенденції, що мають місце на галузевих рівнях, впливаючи на окремі специфічні складові формування доходності окремих підприємств. Найбільш помітними на сьогодні залишаються процеси поступового загострення внутрішньогалузевих конкурентних взаємодій; поглиблення доходної диференціації населення, що слугує додатковим чинником впливу на структурні показники доходів підприємств; наявність структурних диспропорцій розвитку національної економіки, що нівелює можливості до стабільного гармонійного розвитку галузей виробничої та невиробничої сфери. Таким чином, бачимо, що вплив зовнішніх факторів є не менш важливим за чинники внутрішнього організаційного характеру, що

вимагає їх ґрунтового розгляду у розрізі впливу на показники доходності підприємства.

Пропонуємо здійснити розподіл чинників за двома основними ознаками, а саме на чинники ендогенного та екзогенного впливу, тобто класифікувати їх відповідно до джерела виникнення (внутрішнього або зовнішнього відповідно).

Для початку, розглянемо ендогенні, тобто внутрішні чинники впливу на кількісний обсяг доходу підприємства у розрізі базових функціональних напрямків його діяльності (виробничого, фінансового, маркетингового, інвестиційного, соціального та екологічного). Нижче на рисунку 1.4 представлена стисла характеристика виділених ендогенних чинників.



Рисунок 1.4 – Ендогенні чинники впливу на дохід підприємства

Джерело: авторська розробка

Далі розглянемо сукупність екзогенних, тобто зовнішніх чинників впливу на розмір доходу підприємницької структури. Дана група чинників відрізняється

від попередньої неможливістю впливу на їх наявність або відсутність з боку самого підприємства. Саме тому розгляд даних груп чинників важливий з метою подальшого вдосконалення адаптаційних можливостей підприємств та утримання останніми стабільно високих показників доходності. Ключові групи екзогенних чинників та їх змістове наповнення представлено нижче у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Екзогенні чинники впливу на дохід підприємства

Група чинників	Зміст
Економічні	Рівень платоспроможного попиту населення
	Динаміка інфляційних процесів
	Рівень макроекономічної стабільності
	Стан регіональних та галузевих економічних систем, тенденції їх розвитку
	Інвестиційна активність іноземного та національного капіталу
	Характер державної політики у сфері податкового та митного регулювання
	Наявність державних програм підтримки підприємницької активності
Політичні	Рівень політичної стабільності ключових інститутів державності
	Прийнятий напрямок економічної політики
	Рівень правового забезпечення функціонування бізнесу
	Становище інституту права та приватної власності в країні
	Рівень впливу неформальних інститутів на процеси державного розвитку
	Сформованість та ефективність роботи національної правової інфраструктури
Демографічні	Динаміка базових показників чисельності та структури населення
	Інтенсифікація міграційних процесів
	Збалансованість попиту та пропозиції на національному ринку праці
	Прогресивність норм трудового законодавства
Соціокультурні	Рівень освіченості населення
	Ефективність роботи культурно-освітніх установ
	Рівень правової, фінансової, екологічної свідомості населення
	Сучасні тенденції масової культури
	Культурні та мовні особливості різних етнічних груп населення

Продовження таблиці 1.3

Природно-екологічні	Кліматичні та географічні параметри території функціонування підприємства
	Суворість національного екологічного законодавства у його санкційній частині
	Ступінь забрудненості зони функціонування підприємства
	Рівень громадського еко-активізму
	Наявність прогресивних норм національного екологічного законодавства

Джерело: авторська розробка

Задля об'єктивності розгляду проблематики визначення чинників впливу на дохідність підприємства, варто зазначити, що існує також група факторів непрямого впливу, що чинять опосередкований вплив на розмір доходу підприємства і здебільшого упускається дослідниками в процесі розгляду доходу. До факторів непрямого впливу можна віднести наступні:

- стадія життєвого циклу підприємства та окремих видів його продукції;
- стан інтерфейсної складової діяльності організації, наявність можливості отримання додаткових вигід від її використання;
- сформованість та рівень корпоративної культури організації;
- розвинутість та якість внутрішньоорганізаційної комунікації;
- комплексність розроблених складових стратегій підприємства у частині маркетингу, інновацій та фінансів як потенційного джерела доходних надходжень.

Проведений аналіз основних форм та джерел впливу на рівень дохідності підприємства дозволяє провести аналіз можливостей нарощення рівня дохідності, що власне слугує однією з основних цілей функціонування підприємства. Згадані «можливості», отримали назву в економічній науці – резервів збільшення дохідності підприємства, які характеризують невикористані можливості підприємства, що можуть слугувати потенційними точками зростання його дохідності.

На основі проведеного дослідження вважаємо за доцільне виокремити наступний перелік резервів нарощення дохідності підприємства:

- оптимізація системи каналного розподілу продукції;

- налагодження системи «прямих зв'язків» з виробниками сировини, комплектуючих, інших складових матеріального забезпечення виробництва;
- оптимізація системи ціноутворення та просування (зокрема, рекламної політики);
- аналіз можливостей провадження системи ощадного та безвідходного виробництва;
- модернізація техніко-технологічного забезпечення виробництва та управління;
- аналіз кон'юнктурних можливостей отримання додаткових доходних надходжень;
- кількісне нарощення обсягів збуту;
- аналіз доцільності та можливостей до налагодження системи самозабезпечення виробництва;
- розширення можливостей до продажу товарів в кредит;
- асортиментна диверсифікація;
- технологічна диверсифікація основного виробничого устаткування як джерело розширення альтернативності вибору постачальників матеріального забезпечення;
- розвиток зовнішньоекономічних каналів постачання;
- застосування інструментарію цінової дискримінації;
- участь підприємства на спеціальних торгових платформах (аукціони, біржі).

Таким чином, можна стверджувати, що забезпечення високого рівня доходності компанії вимагає комплексного управлінського підходу до аналізу та пріоритезації впливу різноманітних чинників внутрішнього та зовнішнього характеру, а також пошуку додаткових резервів нарощення поточного рівня доходності.

1.3. Методичні підходи до оцінки та забезпечення доходності діяльності підприємства

Дослідження теоретичних аспектів доходу як економічної категорії, його основних ознак та завдань, чинників впливу та резервів формування дозволяє проаналізувати методологічні підходи до оцінки доходності та сформулювати основні положення комплексної системи забезпечення доходності підприємства.

Основними теоретичними підходами до проведення оцінки доходності підприємства є наступні:

— *Структурний* – полягає у визначенні питомої ваги окремих видів доходу у його загальній структурі з метою визначення ключових дохідних напрямків діяльності організації, з подальшим розглядом динаміки зміни таких показників.

— *Факторний* – дозволяє на основі аналізу декількох часових періодів встановити ступінь впливу обраних факторних ознак (можуть слугувати, як зовнішні, так і внутрішні фактори) на зміну рівня доходності, зазначимо, проведення даного аналізу потребує розуміння природи керованості окремих аналізованих факторів.

— *Динамічний* – полягає у динамічному порівнянні показників доходності у різні часові проміжки та періоди з метою виявлення відповідних тенденцій розвитку як загального показника доходу, так і його окремих складових.

— *Порівняльний* – передбачає проведення бенчмаркінгу ефективності функціонування аналізованого підприємства та його потенційних конкурентів або здійснюється порівняння середніх показників по галузі.

Однак, незважаючи на важливість попередньо висвітлених методичних підходів, на нашу думку, найбільш доцільним є оцінювання рівня доходності підприємства шляхом використання *аналізу рентабельності*. Поняття рентабельності характеризує кількість отриманого прибутку з розрахунку на

одиницю вкладених коштів, на пряму характеризуючи ефективність підприємства на основі ключового результативного показника його діяльності.

Аналіз рентабельності проводиться шляхом розрахунку відповідних коефіцієнтів та їх якісної оцінки, при цьому, відзначимо наявність широкого спектру використовуваних показників у рамках даної методики, нижче представлені, основні із них, з відповідною формулою розрахунку та стислою характеристикою їх економічного змісту.

Таблиця 1.4 – Характеристика основних показників аналізу рентабельності підприємства

Назва показника	Формула розрахунку показника	Економічний зміст
Рентабельність сукупного капіталу	$R_a = \frac{\text{Прибуток до оподаткування}}{\text{Сукупний капітал}} = \frac{\text{ряд.2290 ф.2}}{\text{ряд.1900 ф.1}}$	Характеризує ефективність використовуваних підприємством активів, демонструючи обсяг прибутку в розрахунку на гривню залучених активів
Рентабельність власного капіталу	$R_{вк} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} = \frac{\text{ряд.2350 ф.2}}{\text{ряд.1495 ф.1}}$	Слугує індикатором інвестиційної привабливості підприємства, характеризуючи ефективність використання власного капіталу
Валова рентабельність реалізованої продукції	$R_{врп} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд.2090 ф.2}}{\text{ряд.2000 ф.2}}$	Характеризує ефективність проваджуваної підприємством цінової політики та виробничої діяльності в цілому.
Операційна рентабельність реалізованої продукції	$R_{орп} = \frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд.2190 ф.2}}{\text{ряд.2000 ф.2}}$	Характеризує рентабельність підприємства без врахування впливу фактору адміністративних та збутових витрат

Продовження таблиці 1.4.

Чиста рентабельність реалізованої продукції	$P_{чрп} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд.2350 ф.2}}{\text{ряд.2000 ф.2}}$	Відображає рівень прибутку отриманого підприємством у розрахунку на гривню реалізованої продукції
Загальна рентабельність виробничих засобів	$P_{вз} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Необоротні активи + Запаси}} = \frac{\text{ряд.2090 ф.2}}{\text{ряд.1095 ф.1 + 1100 ф.1}}$	Характеризує рівень прибутковості продуктивних активів, тобто таких, що безпосередньо задіяні у виробничому процесі
Загальна рентабельність підприємства	$P_{п.заг} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість майна}} = \frac{\text{ряд. 2090 ф.2}}{(\text{ряд. 1900 гр.3} + \text{ряд. 1900 гр.4}) \div 2}$	Характеризує загальний рівень прибутковості усього майна підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [14]

Варто також зазначити, що аналіз рентабельності є універсальним інструментом здійснення оцінки доходності підприємства і є широко використовуваним, однак, його застосування вимагає дотримання певних вимог. Зокрема, при управлінні рентабельністю необхідно приділяти увагу оперативному обліку, а саме [15, с. 157]:

- контролю за первинною документацією;
- безпосередньому наглядом за роботою всіх структурних підрозділів організації за допомогою використання єдиної електронної системи документообігу, за рахунок якої можливо відстежити етапи тих чи інших господарських процесів і т.д.;
- оперативному контролю за дотриманням поточних планів шляхом порівняння запланованих показників і обсягів з фактично досягнутими значеннями.

Додамо, що на сьогодні науковцями напрацьована велика кількість розрахункових показників рентабельності, а їх вибір є виключно індивідуальною задачею, відповідно до конкретних умов конкретного підприємства та відповідних йому цілей.

Представлені методичні підходи до оцінки рівня доходності підприємства виступають дієвим інструментом визначення поточного стану підприємства у розрізі проблематики забезпечення доходності сигналізуючи про наявність певних загроз або потенційних можливостей до мобілізації окремих резервів доходності. Варто зазначити, що представлений інструментарій оцінки не може визначати оцінку як самоціль, а є лише першим щаблем у формуванні стратегічних підходів підприємства до управління доходністю.

В умовах розвинутих ринкових відносин, досягнення високих показників доходності є складною задачею, виконання якої потребує ґрунтовного аналізу ринкового середовища та додержання наступних рекомендацій:

- проведення ефективної сегментації як у споживчому, так і у географічному розрізі, для забезпечення обґрунтованості політики розподілу;
- врахування рівня платоспроможного попиту у ціновій політиці;
- драйвером політики ціноутворення на підприємстві має виступати ринкова ціна, а не виключно обсяги понесених витрат та прийняті норми прибутковості;
- забезпечення інформаційно-аналітичного обґрунтування прийнятих рішень, уникнення інтуїтивних форм аналізу ринкової інформації та відповідних моделей прийняття рішень;
- врахування життєвого циклу кожного продукту та прийняття відповідного типу маркетингових стратегій поведінки на ринку;

Наведені рекомендації є важливим елементом забезпечення високого рівня доходності підприємства, оскільки враховують в першу чергу, особливості ринкового середовища, його можливості до поглинання необхідного обсягу продукції, а також цінові параметри товару як складову, що безпосередньо впливає на доходність. Однак, зазначимо, що дані рекомендації носять концептуальний характер і слугують основою для формування комплексної системи забезпечення доходності діяльності компанії. Більш детальне висвітлення даної системи та основних її складових представлено нижче на рисунку 1.5.

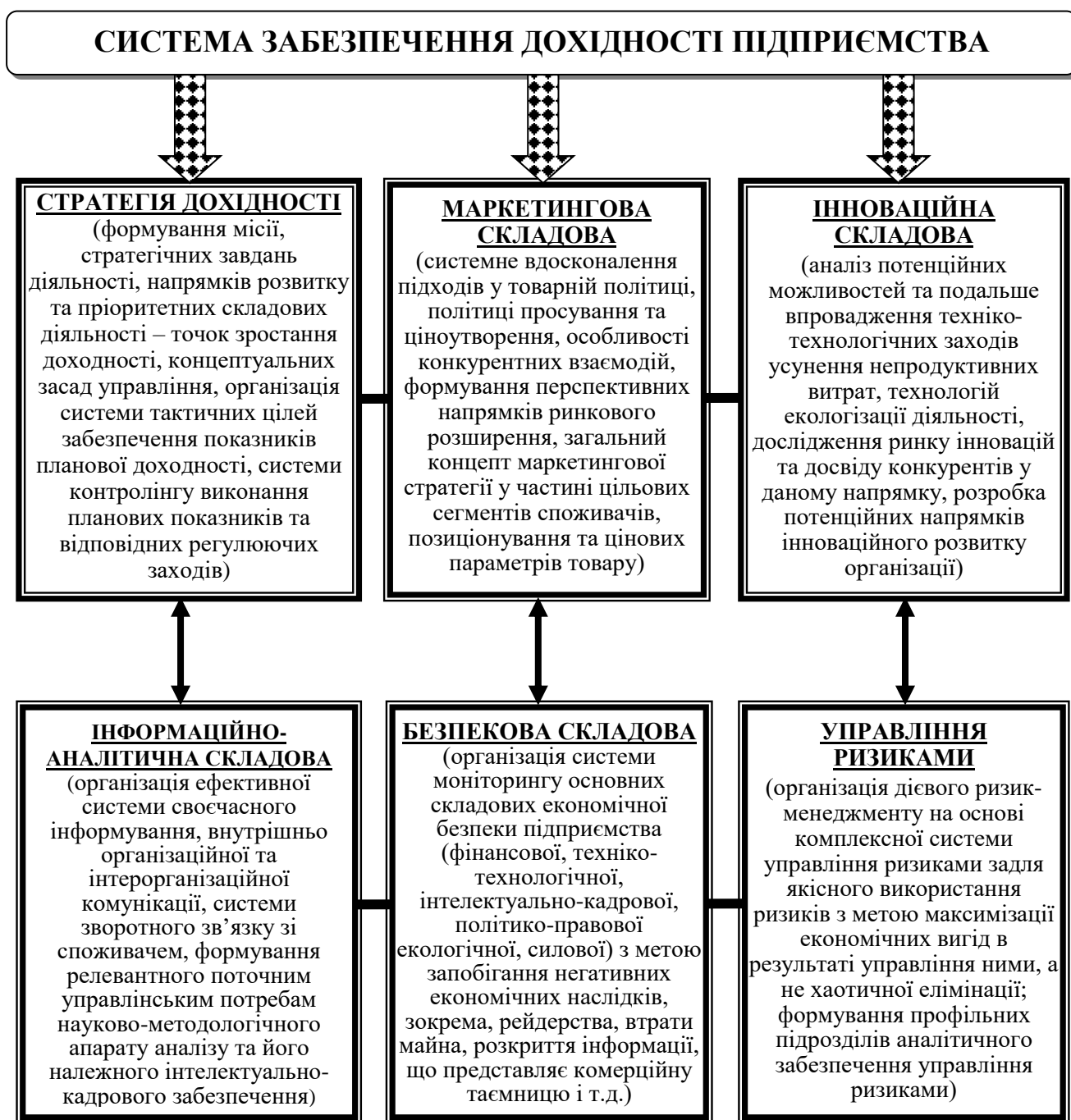


Рисунок 1.5 – Складові системи забезпечення доходності підприємства

Джерело: авторська розробка

Сформована система забезпечення доходності підприємства володіє високим рівнем управлінської ефективності, оскільки дозволяє поєднати базові стратегічні основи функціонування компанії, напрямки його інноваційного розвитку, маркетингову стратегію та безпекові аспекти. Такий підхід дозволить підприємству своєчасно та оперативно реагувати на появу будь-якої форми

загроз, досягаючи встановлених цілей та ефективно взаємодіючи з факторами ризику.

Отже, висвітлені методичні підходи до оцінки дохідності підприємства слугують важливим інструментом аналізу поточного фінансово-господарського стану підприємства у розрізі його дохідності, створюючи об'єктивну основу для побудови в подальшому комплексно системи забезпечення доходності, яка поєднує у собі стратегічну, маркетингову, інноваційну, інформаційно-аналітичну, безпекову та ризикову складові управління.

Висновки до розділу 1

Отже, у першому розділі дипломної роботи було висвітлено основні теоретико-методологічні основи забезпечення дохідності підприємства, зокрема надано комплексну сутнісну характеристику «доходу» як економічної категорії, визначено основні чинники, резерви та методи оцінки даного показника на підприємстві. Підсумовуючи, можна зробити ствердний висновок про те, що дохід підприємства є основоположною складовою діяльності підприємства, оскільки забезпечує як фінансування основних витрат, які несе підприємство у ході свого функціонування, так і забезпечує матеріальну основу його подальшого розвитку та розширення діяльності, тобто у широкому розумінні, слугує джерелом як простого, так і розширеного відтворення підприємства.

Підприємство за своєю економічною природою є відкритою системою, що і надає відповідних характеристик категорії «доходу», який в свою чергу піддається впливу цілого комплексу економічних чинників. В ході дослідження було виокремлено дві основних групи чинників відповідно до джерел їх виникнення: ендогенні (виробничі, фінансові, маркетингові, інвестиційні, соціальні, екологічні) та екзогенні (економічні, політичні, демографічні, соціокультурні, природно-екологічні); окреслено основні напрямки мобілізації резервів нарощення дохідності підприємства.

В ході дослідження було запропоновано ряд теоретичних підходів до здійснення оцінки доходності підприємства, зокрема, структурний, факторний, динамічний та порівняльний; широко висвітлено питання застосування аналізу рентабельності та основних його показників при оцінці доходності підприємства. Надано рекомендації, щодо формування комплексної системи забезпечення доходності підприємства, основними складовими якої визначено стратегію доходності підприємства, маркетингову, інноваційну, інформаційно-аналітичну та безпекову складові, а також управління ризиками, застосування якої дозволить забезпечити стабільність грошових надходжень, оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища у відповідності до перспективних цілей доходного зростання.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

2.1. Господарсько-правові засади функціонування та загальна характеристика ПрАТ «Київстар»

ПрАТ «Київстар» – одна з найбільших телекомунікаційних компаній України, основним напрямком діяльності якої є надання послуг мобільного зв'язку та Інтернет-послуг широкосмугового доступу на території України. На сучасному етапі розвитку ПрАТ «Київстар» володіє достатніми технологічними потужностями для забезпечення високоякісних послуг передачі даних з використанням технологій як мобільного, так і фіксованого типів, зокрема найсучасніших форматів 3G та 4G. Додамо, що наявна в розпорядженні компанії кількість та розміщення базових станцій мережі дозволяє забезпечити покриття мобільним зв'язком усіх міст України та більш ніж 28 тисяч населених пунктів, великих магістральних автошляхів локального та національного значення і т.д.

ПрАТ «Київстар» було засновано у 1994 році українцем Ігорем Литовченко і на той час носила назву «Bridge», яка в подальшому була змінена на сучасну назву «Київстар». Протягом 1997 року був реалізований старт мережі рухомого, тобто мобільного зв'язку по всій території України, а вже через рік вперше впроваджено технологію обміну короткими повідомленнями між мобільними пристроями (SMS). Два роки потому компанія стала першим в Україні оператором, який надавав послуги безкоштовних дзвінків серед власних споживачів внутрішньої мережі, до того ж, з'явилася можливість підключення послуг мобільного Інтернету, роумінгу та використання послуг GSM-банкінгу. У 2002 році компанія отримала міжнародну сертифікацію ISO 9001:2000 та досягла 100%-го покриття роумінгом усіх країн Європи. У 2009 році було проведено злиття компаній Вимпелком та Київстар, результатом якого стало формування холдингу VimpelComLtd, який згодом був перейменований у VEON. До 2012 року було завершено, ініційоване у 2010 році злиття Київстар з оператором Beeline-Україна. У 2015 році після отримання необхідних

ліцензійних документів ПрАТ «Київстар» отримав можливість значно покращити якісний рівень наданих послуг за рахунок використання технології 3G. У першій половині 2018 року ПрАТ «Київстар» почало запуск технології 4G по всій території України[16].

Сьогодні, ПрАТ «Київстар» входить до складу одного з найбільших європейських телекомунікаційних холдингів VEON, який об'єднує під своїм управлінням низку європейських, азійських та африканських брендів мобільного зв'язку та Інтернет-послуг, зокрема володіючи близько 73,8 % акцій ПрАТ «Київстар».

Узагальнено основна інформація про ПрАТ «Київстар» представлена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Основна інформація про ПрАТ «Київстар»

Повна назва	Приватне акціонерне товариство "Київстар"
Скорочена назва	ПрАТ «Київстар»
ЄДРПОУ	21673832
Юридична адреса	Україна, м. Київ ,вул. Дегтярівська, буд. 53, 03113
Зареєстрований	Солом'янська районна в місті Києві державна адміністрація, 03.09.1997
КОАТУУ	8039100000 (ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ р-н)
Керівник:	Комаров Олександр Валерійович
Електронна поштова адреса:	elina.vauryshchuk@kyivstar.net

Джерело: складено на основі [17]

ПрАТ «Київстар» у своїй діяльності сповідує місію, яка полягає у вдосконаленні життя людей завдяки наданню високоякісних телекомунікаційних послуг, керуючись при цьому такими цінностями як простота, інноваційність та покращення. Основними напрямками діяльності, досліджуваної компанії, є сфера телекомунікаційних послуг, зокрема надання безпроводних послуг зв'язку та послуг кабельного зв'язку. Другорядними напрямками діяльності ПрАТ «Київстар», які дана компанія має право

здійснювати на законних підставах є послуги з будівництва, ремонту, продажу телекомунікаційного обладнання, оптово-роздрібна торгівля та надання послуг ремонту побутової техніки, електронних приладів, надання інформаційно-довідкових послуг, здійснення маркетингових та соціологічних досліджень.

Далі пропонуємо розглянути організаційну структуру компанії ПрАТ «Київстар», що представлена нижче на рисунку 2.1.

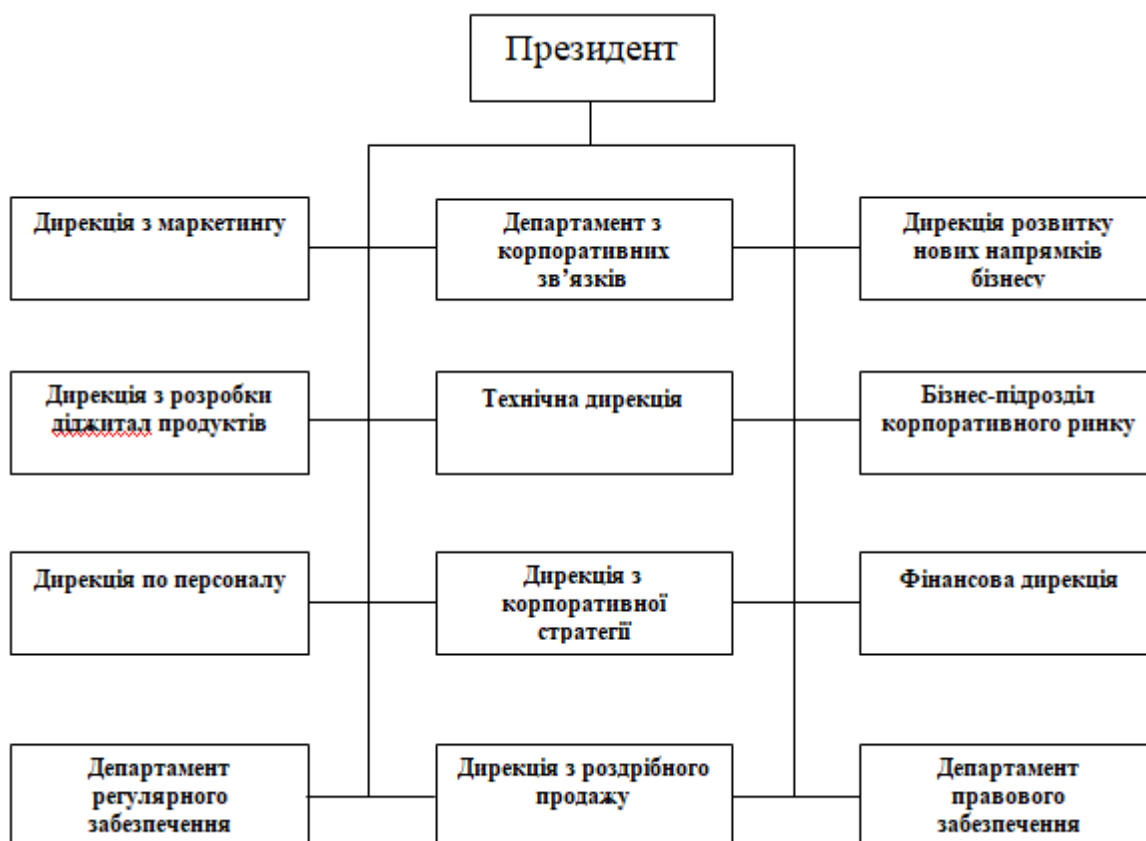


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПрАТ «Київстар»

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Київстар» [18]

ПрАТ «Київстар» характерний лінійно-функціональний тип організаційної структури, що представлений схематично на рисунку 2.1, тобто персонал підприємства розподілений за відділами, дирекціями та функціональними підрозділами, які підпорядковуються безпосередньо президенту компанії. Загалом наприкінці 2018 року чисельність персоналу ПрАТ «Київстар» становила 2674 особи. Варто відзначити, високий професійно-кваліфікаційний рівень працівників компанії, про що в першу чергу свідчить, частка працівників з вищою освітою, яка становить 90 %, більш того, компанія постійно ініціює

проведення спеціалізованих курсів, тренінгів та конференцій направлених на покращення професійних компетенцій персоналу, покращення рівня внутрішньогрупової взаємодії серед колективів різних відділів (тімблдінг). Зазначимо, що протягом 2018 більшість працівників ПрАТ «Київстар» завдяки, описаним попередньо заходам змогли підвищити рівень власної кваліфікації [19]. Далі, пропонуємо розглянути гендерну структуру персоналу компанії, представлену на рисунку 2.2, що є важливим соціальним аспектом управління великими корпоративними підприємствами в умовах сучасності.

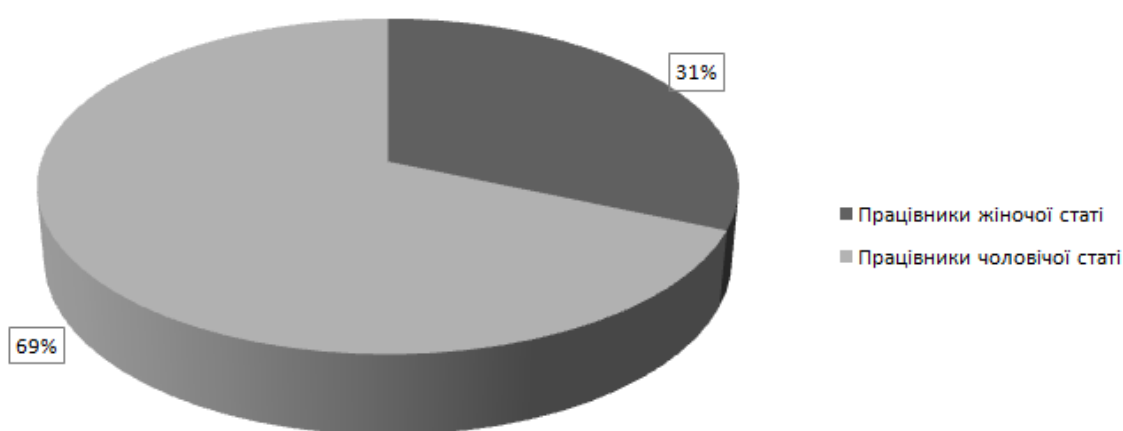


Рисунок 2.2 – Гендерна структура персоналу ПрАТ «Київстар»

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Київстар» [19]

Представлені на рисунку 2.2 дані, свідчать про те, що кількість працівників чоловічої статі у структурі ПрАТ «Київстар» становить більш ніж дві третини від усієї чисельності. Додамо також, що частка жінок, які знаходяться на керівних посадах у структурі, досліджуваної компанії становить 28 %. Незважаючи на наявність формальної пропорційності гендерної структури управлінського персоналу, відповідним показникам чисельності всього персоналу, варто відзначити, що дані показники є дещо нижчими за середні по Україні та за галуззю, що становлять 30 % та 33,5 % відповідно[20, с.22-23]. Однак, дані відхилення не є критичними, і свідчать скоріш про галузеві особливості та актуальні проблеми державної політики у сфері забезпечення гендерної рівності, аніж про певні негативні прояви кадрової політики дискримінаційного характеру. Дане твердження знаходить своє часткове підтвердження,

враховуючи опублікований журналом «Фокус» рейтинг кращих 30 роботодавців України, до яких належить ПрАТ «Київстар»[21].

На сьогодні, пріоритетними напрямками основної діяльності ПрАТ «Київстар» можна визначити наступні:

1. *Надання послуг мобільного Інтернету та зв'язку* – поліпшення якості наданих послуг, розширення радіусу їх покриття, розширення кількості абонентів, що змінили формат 3G на 4G, зокрема протягом 2019 року компанії вдалося залучити по даному напрямку 9,1 млн. абонентів. Зазначимо, що даний напрям діяльності компанії відзначається високим рівнем результативності, оскільки ПрАТ «Київстар» продовжує утримувати лідируючі позиції серед вітчизняних компаній-операторів зв'язку.

2. *Надання послуг фіксованого доступу до Інтернету* – передбачає динамічне розширення клієнтської бази компанії у якості Інтернет-провайдера. Варто наголосити, на ефективності маркетингової стратегії компанії у даному напрямку завдяки формування збалансованої товарної політики та формування інтегрованих пропозицій для споживача (одночасне підключення Інтернету та телебачення з певним розміром знижки).

3. *IoT (Internet of Things* – розробка необхідного програмного забезпечення та вдосконалення роботи сучасної високотехнологічної онлайн-платформи у рамках технології Інтернет речей. Розроблена ПрАТ «Київстар» онлайн-платформа IoT дозволяє споживачам оперативно слідкувати за станом та витратами на утримання власних пристроїв, збирати, аналізувати та оптимізувати дистанційно й у зручній формі статистичні дані про користування пристроями.

В контексті розгляду основних послуг та напрямків діяльності ПрАТ «Київстар» варто розглянути питання забезпечення належної якості наданих послуг рухомого зв'язку та Інтернету, що мають відповідати прийнятим на державному та галузевому рівнях стандартам. Досліджуючи ПрАТ «Київстар» можна констатувати повну відповідність отриманих за 2018 рік результатів щодо якості наданих послуг існуючим стандартам. Зокрема, рівень невдалих викликів

в межах України 0,37 % (при нормативному показнику < 10 %); показник якості переданої мовної інформації – 90,80 % (при нормативному показнику < 70 %); значення відносного показника недоступності мережі становить 0,002 (при нормативному показнику < 0,05); частка недоставлених SMS повідомлень – 0,11 % (при нормативному показнику < 5 %). Окремо також наголосимо на високих показниках швидкості наданих послуг Інтернет: середня швидкість передачі інформації за 2018 рік склала 20 758 кбіт/сек (при нормативному показнику < 20 000), при цьому кількісний показник часу затримки надісланої в один бік інформації склав 7,06 мсек (при нормативному показнику < 25 мсек)[22]. Таким чином, можна зробити висновок, про високий рівень послуг, що надаються як у сфері рухомого телефонного зв'язку, так і щодо послуг Інтернет.

Враховуючи сферу діяльності ПрАТ «Київстар» – телекомунікації, в сучасних умовах набуває актуальності питання захисту персональної інформації, яка пов'язана не лише з матеріалами особистого характеру, але й банківською інформацією та іншими індивідуальними даними конфіденційного характеру. З метою, захисту власних споживачів та уникнення неправомірних посягань на їх інформаційну безпеку ПрАТ «Київстар» було розроблено та утверджено на рівні підприємства спеціальний Кодекс поведінки з персональними даними, який формує додатковий юридичний рівень захисту даних окрім системи захисту передбаченої законодавцем. У рамках даного документу визнається переважання інтересів захисту прав та свобод особи, пов'язаних з інформацією над корпоративними інтересами, підкреслюється та надається належне трактування принципам поведінки та правовим аспектам, які виникають в процесі таких взаємодій у відповідності до кращих світових практик.

Однією з невід'ємних складових загальної характеристики підприємства є саме його доходність, яка слугує найбільш узагальненим критерієм результативності діяльності підприємства. Саме тому, далі пропонуємо оцінити за ключовими показниками результати компанії за 2018 рік. В даному випадку, варто відзначити наявність позитивної тенденції у зростанні доходності ПрАТ «Київстар», що виявляється зокрема у отриманні високих показників доходу у

2018 році – 19,069 млрд.грн. (у т.ч. від надання послуг мобільного зв'язку – 17,412 млрд.грн.), а в цілому показник доходу порівняно з попереднім періодом зріс на 11,7 %. Важливо також відзначити наявність 159 %-го зростання обсягів використання мобільним Інтернетом з боку споживачів послуг компанії, у більшості своїй за рахунок появи високошвидкісного 4G та відповідних безлімітних пропозицій пакетів послуг, паралельно, слід відзначити, 18 %-ве зростання користувачів послуг мобільного Інтернету, які надає компанія. Більш того, спостерігається ріст на рівні 6,5 % у сфері послуг Інтернету фіксованого типу, що обумовлюється попередньо згаданими інтегрованими пакетами послуг «Разом дешевише», які пропонують вигідні цінові пропозиції споживачам в обмін на купівлю усього комплекту послуг. Зазначимо також, позитивну тенденцію щодо росту рівня прибутковості на 14,2 %, а також досягнення рівня показника EBITDA 56,2 %[19]. ПрАТ «Київстар» є також активним суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності (далі – ЗЕД), проводячи велику кількість операцій пов'язаних з імпортом товарів та послуг, а також їх експортом закордон. На рисунку 2.3 нижче візуально представлена динаміка обсягів імпорту товарів та послуг ПрАТ «Київстар».

Представлена на рисунку 2.3 інформація відображає наявність спадних тенденцій у обсягах імпортованих товарів, незважаючи на помітний їх ріст у 2016 році. Станом на 2018 рік ПрАТ «Київстар» найбільше імпортував товарів з таких країн як Китай (близько 40%), Литва (15%), Гонконг (10%).

Аналізуючи експортні операції ПрАТ «Київстар» варто зазначити їх незначний порівняно з імпортними операціями розмір, яких має стійку негативну динаміку. Головними напрямками експорту товарів ПрАТ «Київстар» є Грузія (65%), Італія (25%) та Швеція (20%).

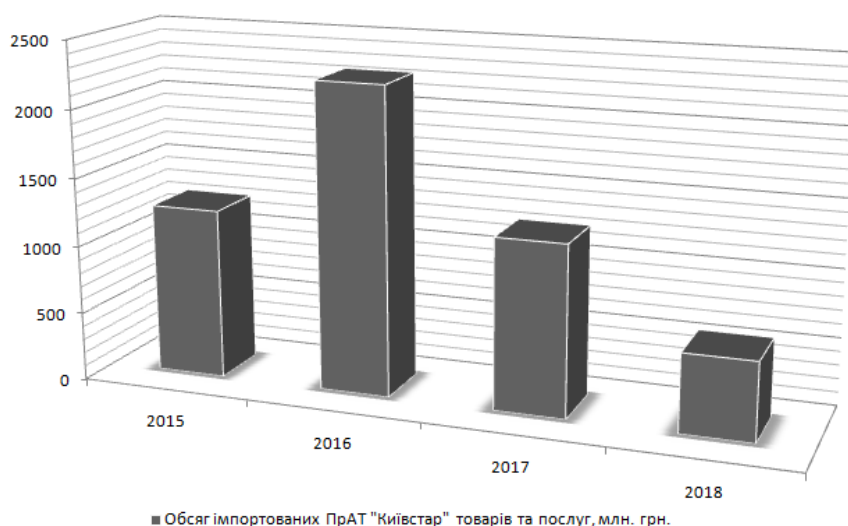


Рисунок 2.3 – Обсяг імпортованих ПрАТ "Київстар" товарів та послуг, млн. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Київстар» [19]

У рамках даного підрозділу пропонуємо також здійснити розгляд питання ринкового середовища функціонування ПрАТ «Київстар», його основних особливостей, поточного ринкового положення компанії. ПрАТ «Київстар» провадить діяльність на ринку телекомунікаційних послуг, зокрема рухомого зв'язку, ключовими особливостями якого є наступні:

- вкрай високий показник ємності ринку, що обумовлений роллю у життя сучасної людини гаджетів, зокрема смартфонів та інших мобільних пристроїв, які потребують доступу до Інтернету та мобільної мережі задля їх повноцінного користування;
- поява стійких тенденцій до витіснення рухомого зв'язку сучасною Інтернет-комунікацією у месенджерах та інших мобільних застосунках;
- наявність вираженого олігополістичного характеру ринкової конкуренції, що здебільшого виявляється у домінуючому положенні 3-х основних компаній та високому рівні бар'єрності входу нових гравців.

Далі, на рисунку 2.4 представимо розподіл долі ринку між основними компаніями-конкурентами (критерієм слугуватиме рівень доходів).

Додатково, пропонуємо розглянути розподіл часток між компаніями-учасниками даного ринку, однак, за критерієм кількості споживачів, що представлено на рисунку 2.5.

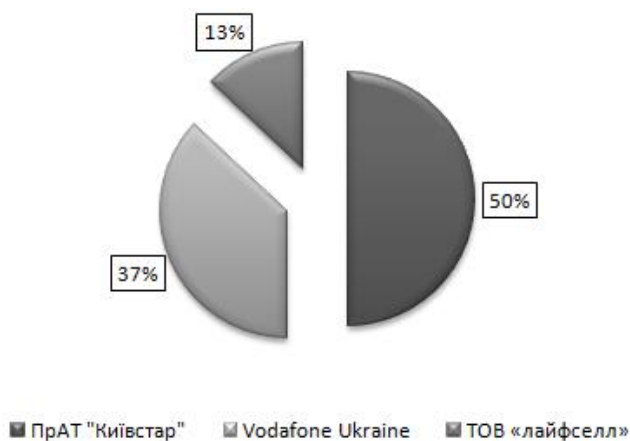


Рисунок 2.4 – Розподіл часток ринку серед найбільших компаній-операторів у доходах, млн.грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Київстар» [23]

Дані представлені на рисунках 2.4 та 2.5 демонструють домінуюче положення ПрАТ «Київстар», що володіє майже половиною ринку, водночас, варто уваги також, той факт, що незважаючи на дещо меншу частку ринку ПрАТ «Київстар» за критерієм дохідності, аніж за критерієм кількості абонентів, що пояснюється особливістю цінової політики компанії, яка дозволяє залучати та утримувати більшу кількість абонентів, при цьому, частково зменшуючи рівень дохідності.

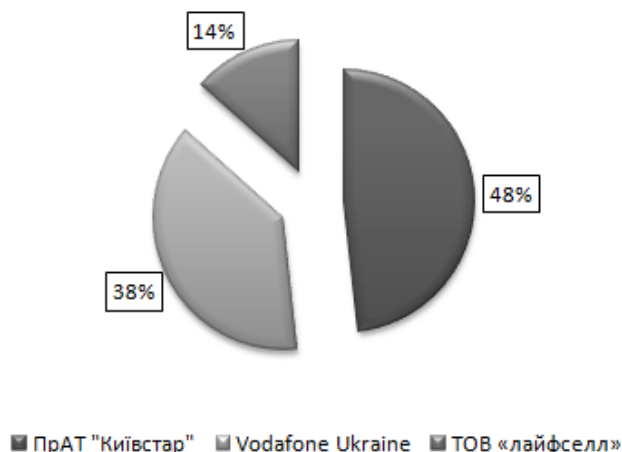


Рисунок 2.5 – Розподіл часток ринку серед найбільших компаній-операторів за критерієм кількості абонентів, млн.грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних ПрАТ «Київстар» [23]

ПрАТ «Київстар» є компанією, яка дотримується високого рівня соціальної відповідальності, що виявляється не лише сучасною людино-центричною системою організації кадрової політики, але й ініціативністю у сфері екології та

громадського активізму. До прикладу, компанія сповідує цінності безвідходного виробництва, що виявляється у відсутності паперового документообігу (окрім випадків, визначених законодавцем), а також компанією провадиться програма «Зелений офіс» у рамках якої підприємство поступово проводить заміну енергонеефективних ламп освітлення, здійснює комплексну енергомодернізацію приміщень, збирає, сортирує та відправляє на переробку більшість видів відходів (від паперу до пластикових кришечок) до спеціалізованих сертифікованих відповідним чином організацій. Окрім того ПрАТ «Київстар» здійснює активну діяльність у ініціюванні, організації та участі у заходах суспільного та освітнього характеру, волонтерських кампаніях. Широко відомими освітніми ініціативами ПрАТ «Київстар» стали програми Radar TECh, «Зроби свій внесок», Kyivstar Business Hub[24].

2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності ПрАТ «Київстар»

Дослідження проблеми забезпечення стабільно високого рівня доходності підприємства не може бути здійснено виключно у рамках глибокого розгляду науково-методологічних підходів до визначення даної категорії та власне її економічної сутності, і водночас, при цьому не можливо обмежитись виключно прикладними методиками оцінки даного показника. Саме тому формування дієвих рекомендацій щодо підвищення поточного рівня доходності підприємства, найперше, потребує всеохоплюючого та багатоаспектного розгляду усіх функціонально-господарських складових його діяльності, починаючи з основних фондів, закінчуючи показниками рентабельності. Здійснення комплексного аналізу економічних показників ПрАТ «Київстар» має на меті здійснити об'єктивну оцінку поточного стану, досліджуваного підприємства, ступеня його відповідності наявному економічному потенціалу; ідентифікацію ключових «точок впливу» на поточний фінансово-господарський стан та рівень доходності підприємства; виявлення резервів нарощення рівня

доходності за наявних умов господарювання та потенційних «точок росту» ПрАТ «Київстар» у довгостроковій перспективі.

Аналіз економічних показників діяльності буде здійснено поетапно відповідно до основних складових даного аналізу, які представлені на рисунку 2.6 нижче.

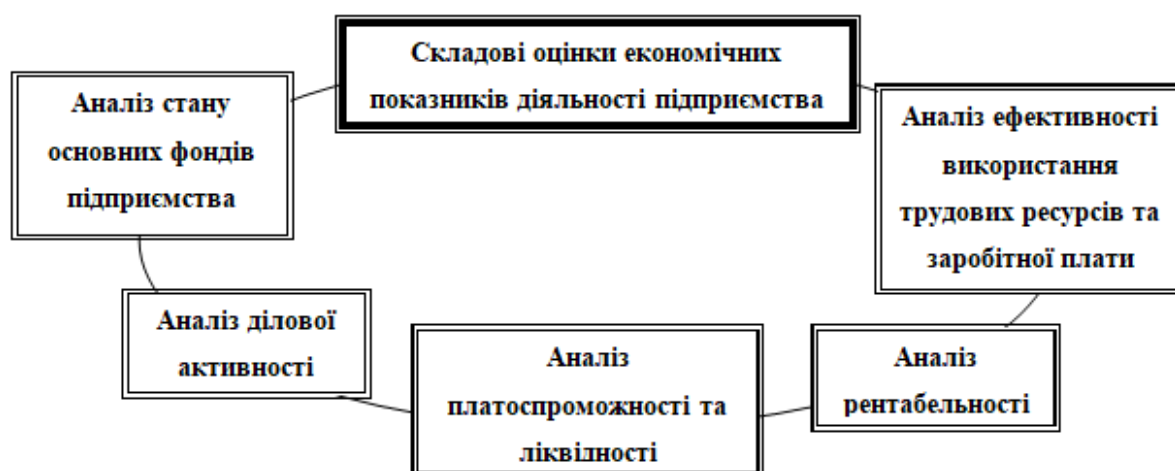


Рисунок 2.6 – Основні складові оцінки економічних показників діяльності підприємства

Джерело: складено автором

Аналіз стану основних фондів ПрАТ «Київстар»

Для початку пропонуємо здійснити аналіз основних фондів ПрАТ «Київстар». Зазначимо, що дана група економічних показників незалежно від галузі або профілю діяльності відіграє важливу роль у розвитку підприємства та можливості забезпечення ним належного рівня доходності, що і обумовлює необхідність ретельного розгляду даного аспекту. Проведення даного виду аналізу включає в себе розрахунок показників зношеності, фондомісткості та фондоємності обладнання, рівня їх рентабельності, показника реальної вартості основних фондів, які разом дозволяють зрозуміти поточний стан та ефективність використання основних фондів підприємства. Нижче у таблиці 2.2 приведені результати здійсненого аналізу.

Таблиця 2.2 – Аналіз стану основних фондів ПрАТ «Київстар»

Показник	Формула розрахунку	Роки			Відхилення: +,- :	
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017
1. Фондомісткість	$\frac{\Phi_k}{B_{\Pi}}$ (1010 _П +1010 _К)*0,5/2000)	0,417	0,389	0,400	- 0,028	0,011
2. Фондоозброєність	$\frac{\Phi_k}{Ч}$ (1010 _П +1010 _К)*0,5/додаток и)	2502,6 6	2671,7 8	2853,5 9	169,1 3	181,8 0
3. Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства	Φ_3/M (1010/1300)	0,348	0,329	0,327	- 0,020	- 0,002
4. Коефіцієнт зносу ОЗ (Кз)	Z_o/Φ_k (1012/1011)	0,624	0,685	0,638	0,062	- 0,048
5. Коефіцієнт придатності основних засобів	1-Кз	0,376	0,315	0,362	- 0,062	0,048
6. Фондовіддача	$\frac{B_{\Pi}}{\Phi_k}$ (2000/(1010 _П +1010 _К)*0,5)	2,40	2,57	2,50	0,17	-0,07
7. Рентабельність ОЗв	$\frac{П_6}{\Phi_k} * 100\%$ (2350/(1010 _П +1010 _К)*0,5)) * 100%	51,9%	92,9%	89,1%	-	-

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Результати розрахунку показників поточного стану та використання основних фондів ПрАТ «Київстар» свідчать про високий ступінь зношеності основних засобів підприємства, що виявляється у сталій динаміці зміни коефіцієнту зносу, який станом на 2018 рік становить 0,638 і свідчить про зношеність більш ніж двох третин наявних у розпорядженні підприємства основних засобів. Однак, незважаючи на попередньо описаний негативний фактор, значення коефіцієнту реальної вартості основних засобів у структурі майна ПрАТ «Київстар» має тенденцію до поступового зменшення: з показника на рівні 0,348 у 2016 році, до 0,327 у 2018 році, що пояснюється галузевими особливостями функціонування компанії, адже телекомунікаційні послуги не вимагають залучення значної кількості основних засобів порівняно з промисловими підприємствами, а динамічний розвиток науки, поступово зменшує потребу в значній кількості об'єктів виробничої інфраструктури.

Додатково відмітимо позитивну тенденцію у рівні фондоозброєності ПрАТ «Київстар», що протягом аналізованого періоду демонструє прогресивний ріст, таким чином, у 2018 році на одного працівника компанії приходилося 2853,6 тис.грн. вартості основних фондів, що є значним показником навіть у галузевому розрізі. Більш того, одним із індикаторів ефективності управління у даному напрямку слугують показники рентабельності основних засобів, що також демонструють високий рівень: у 2016 році – 51,9%, 2017 – 92,9%, 2018 – 89,1%. Окремо, пропонуємо провести аналіз майнового стану ПрАТ «Київстар», що включає в себе розрахунок показників зносу, вибуття та оновлення основних засобів. Аналіз майнового потенціалу ПрАТ «Київстар» представлено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз майнового потенціалу ПрАТ «Київстар»

Показник	Розрахунок	Роки			Відхилення: +,-	
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017
Коефіцієнт зносу	Сума зносу ОЗ /Первісну вартість ОЗ на початок періоду (1012/1011)	0,624	0,685	0,638	0,062	-0,048
Коефіцієнт оновлення ОЗ	Вартість введених ОЗ за звітний рік/ Загальну вартість ОВЗ на кінець року (1011к- 1011п)/ 1011к	0,047	0,012	0,092	-0,035	0,080
Коефіцієнт вибуття ОЗ	Вартість ОЗ які вибули/Вартість ОВЗ на початок періоду 1012/ 1011п	0,095	-0,040	0,052	-0,135	0,092

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Аналізуючи показники майнового стану ПрАТ «Київстар» варто відзначити, наявність вкрай суперечливих тенденцій у динаміці його зміни, однак очевидним є високий рівень зношеності обладнання, що у 2018 році досяг 63,8%. Варто відзначити, пасивність підприємства у частині модернізації основних фондів, адже навіть попри сумнівну динаміку, значення показників оновлення основних засобів залишаються вкрай низькими. Додамо, що протягом аналізованого періоду коефіцієнт оновлення лише одного разу перевищував протилежний йому показник вибуття основних фондів.

Аналіз ділової активності ПрАТ «Київстар»

Під поняттям ділової активності у розрізі підприємницької діяльності зазвичай розуміється швидкість та тривалість обороту окремих активів підприємства, що дозволяє зробити важливі висновки про характер та тривалість протікання окремих як управлінських так і господарських процесів у економічній системі підприємства. У рамках даного дослідження сконцентруємо увагу на коефіцієнтах оборотності, які традиційно використовуються для оцінки даної складової. Результати проведених розрахунків показників оборотності ПрАТ «Київстар» представлені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз ділової активності ПрАТ «Київстар»

Показник	Формула розрахунку та рядки в балансі	Роки			Відхилення: +,-	
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017
Коефіцієнт ділової активності (оборотності оборотних засобів)	Чиста виручка від реалізації / Середня вартість оборотних засобів (2000/((1195п+1195к)*0,5))	3,42 5	2,38 1	2,48 7	-1,043	0,106
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість / Середньорічна вартість запасів (2050/(1100п+1100к)*0,5))	173, 440	146, 517	138, 170	-26,923	-8,347
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума дебіторської заборгованості за товари і послуги (2000/((1125п+1130п+1135п+1155п+1125к+1130к+1135к+1155к)*0,5))	6,35 0	9,60 7	15,9 64	3,256	6,357

Продовження таблиці 2.4

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума кредиторської заборгованості за товари і послуги (2000/((1610п+1615п+1620п+1625п+1630п+1635п+1610к+1615к+1620к+1625к+1630к+1635к)*0,5))	5,4 42	1,63 1	1,75 2	-3,811	0,121
Коефіцієнт тривалості одного обороту оборотних засобів	Кількість календарних днів звітного періоду(365)/ Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	10 6,5 81	153, 283	146, 764	46,701	-6,519
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду(365) / Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	57, 47 7	37,9 95	22,8 64	-19,482	-15,130
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості	Кількість календарних днів звітного періоду(365) / Коефіцієнт оборотності кредиторської	67, 07 7	223, 831	208, 326	156,754	-15,505

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Представлені розрахунки свідчать про значне сповільнення ділової активності підприємства, що виявляється у наявності тенденції до зниження коефіцієнту оборотності оборотних засобів, який протягом аналізованого періоду знизився з 3,425 до 2,487, що зумовлено нерівномірним ростом поточних зобов'язань компанії порівняно до росту рівня доходності. Помітним також видається, зниження оборотності матеріальних запасів, тривалість обороту яких з 2016 по 2018 рік впала до 138,17 (особливо різке падіння спостерігалось протягом 2016-2017 року – на 26,923 пунктів). Важливо також відмітити вкрай неоднозначну ситуацію з динамікою показників оборотності дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Для більш наочного представлення отриманих розрахунків, динаміка окремих показників ділової активності ПрАТ «Київстар» зображена на рисунку 2.7.

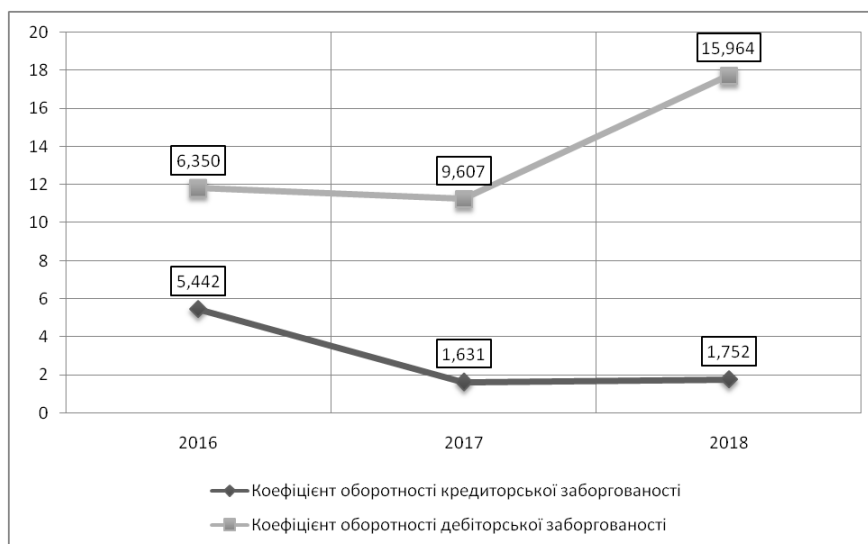


Рисунок 2.7 – Основні складові оцінки економічних показників діяльності підприємства

Джерело: складено автором

Представлений графік демонструє, що протягом аналізованого періоду відбулося помітне зростання показника оборотності дебіторської заборгованості (з 6,35 до 15,964) та водночас відбулося значне сповільнення аналогічного показника кредиторської заборгованості, що обумовило значення відповідного показника тривалості обороту у 2018 році на рівні 208,3 днів. Така ситуація свідчить про те, що ПрАТ «Київстар» спромоглося значно поліпшити якість роботи з дебіторами, однак, разом з тим помітна тенденція до росту покупок підприємства у кредит.

Аналіз платоспроможності та ліквідності ПрАТ «Київстар»

Далі здійснимо аналіз платоспроможності та ліквідності ПрАТ «Київстар», що дозволить виявити ступінь економічної та фінансової стійкості підприємства, оцінити ліквідність підприємства за різними групами активів. Нижче у таблиці 2.5 здійснено розрахунок показників платоспроможності.

Таблиця 2.5 – Аналіз платоспроможності ПрАТ «Київстар»

Показник	Формула розрахунку та рядки в балансі	Роки			Відхилення: +,-		Норматив не значення
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017	
Коефіцієнт автономії	власний капітал/підсумок балансу (1495/1300)	0,707	0,787	0,673	0,080	- 0,115	>0,5

Продовження таблиці 2.5

Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності)	власний капітал/позичковий капітал (1495/(1595+1695))	2,41 9	3,70 1	2,05 4	1,283	-1,647	1
Коефіцієнт фінансової стійкості	(власний капітал + довгострокові зобов'язання) / сума пасивів (1495+1595)/1900	0,72 0	0,80 2	0,68 6	0,082	-0,115	0,7-0,9
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	власні оборотні засоби/матеріальні оборотні активи (1495-1095)/1195	0,05 1	0,48 2	- 0,26 8	0,431	-0,750	>0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	власні оборотні кошти/власний капітал (1495-1095)/1495	0,02 2	0,25 1	- 0,10 3	0,229	-0,354	>0,1
Коефіцієнт фінансового левериджу	Довгострокові зобов'язання / Власний капітал (1595/1495)	0,01 7	0,01 8	0,02 1	0,001	0,002	<0,25

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Проведені розрахунки показників платоспроможності ПрАТ «Київстар» свідчать про достатній рівень фінансової стійкості з частковим погіршенням загальної ситуації у 2018 році, що спостерігалось серед більшості показників. Варто відзначити, майже дворазове переважання власного капіталу ПрАТ «Київстар» над обсягом позикового у 2018 році. Показники коефіцієнту автономії також фіксують високу частку власного капіталу у структурі пасивів. Зазначимо, що протягом двох років ПрАТ «Київстар» мав високі показники коефіцієнту фінансової стійкості (0,72 та 0,802 відповідно), однак, у 2018 спостерігається незначне його погіршення до рівня 0,686, що не є критичним, але сигналізує про наявність можливої загрози фінансовій стійкості ПрАТ «Київстар». Також зазначимо, що ПрАТ «Київстар» поступово нарощує обсяг довгострокових запозичень, про що свідчить поступовий ріст коефіцієнту фінансового левериджу (у 2016 році – 0,017, 2017 – 0,018, 2018 – 0,021), однак дані значення не перевищують нормативних обмежень на рівні 0,25.

Далі здійснимо аналіз показників ліквідності ПрАТ «Київстар», розрахунок яких надано у таблиці 2.6 нижче.

Таблиця 2.6 – Аналіз ліквідності ПрАТ «Київстар»

Показник	Розрахунок	Роки			Відхилення: +,-		Норматив не значення
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017	
Коефіцієнт покриття ліквідності	Оборотні активи/ Поточні зобов'язання (1195/1695)	1,097	2,069	0,823	0,971	- 1,246	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	(Оборотні активи – Запаси)/Поточні зобов'язання ((1195- 1100)/1695)	1,087	2,057	0,815	0,970	- 1,242	0,7-1,5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові активи/Поточні зобов'язання (1165/1695)	0,693	1,239	0,669	0,546	- 0,571	>0,1
Співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості	Поточні зобов'язання/дебіторська заборгованість (сума рядків(1610-1650)/1125)	2,849	16,119	7,748	13,27 0	- 8,371	1

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Аналіз, представлених у таблиці 2.6 розрахунків дозволяє зробити висновок про достатній рівень ліквідності ПрАТ «Київстар», однак має місце факт значного погіршення досліджуваних показників протягом 2018 року, про що свідчить значення коефіцієнту покриття, який з 2017 року знизився від значення 2,069 до рівня 0,971. Схожа динаміка відслідковується й у коефіцієнта швидкої ліквідності, котрий втратив 1,242 пункти протягом 2017-2018 року. Варто відзначити також, значення показника абсолютної ліквідності, який попри різке зниження у 2018 році становить 0,815, формуючи потужний запобіжник втрати підприємством ліквідності за рахунок високого показника грошових коштів у структурі активів ПрАТ «Київстар». Потенційним джерелом небезпеки втрати ліквідності може слугувати, проблема порушена в процесі аналізу ділової

активності (щодо динаміки показника оборотності обох видів заборгованостей), що повторно виявила себе у аналізі ліквідності – у вигляді неадекватних співвідношень даних складових активу та пасиву.

Аналіз ефективності використання трудових ресурсів та зарплати ПрАТ «Київстар»

В сучасних умовах людський капітал та його розвиток виступає ключовим рушієм розвитку економічної системи будь-якого рівня, у тому числі й підприємства. Більш того, враховуючи витратний аспект управління персоналом (заробітна плата, продуктивність праці, вартість помилки, спричиненої людським фактором і т.д.) зростає необхідність постійного моніторингу, контролю та вдосконалення системи управління кадрами для досягнення максимальної результативності. Нижче у таблиці 2.7 приведено аналіз ефективності використання трудових ресурсів ПрАТ «Київстар».

Таблиця 2.7 – Аналіз ефективності використання трудових ресурсів та зарплати ПрАТ «Київстар»

Показник	Розрахунок	Роки			Відхилення: +,-	
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017
Вартісний показник продуктивності	Дохід від реалізації продукції/середня чисельність працівників. (2000/додатки)	6005,73	6870,07	7131,41	864,34	261,34
Коефіцієнт обороту за наймом	Чисельність прийнятих працівників /середня чисельність працівників.	0,040	0,042	0,129	0,002	0,087
Коефіцієнт обороту за вибуттям	Чисельність звільнених працівників /середня чисельність працівників.	0,092	0,097	0,059	0,005	-0,038
Фонд оплати праці, тис. грн.	Додатки	841395	990737	1164030	149342	173293
Середньооблікова чисельність працівників	Додатки	2623	2486	2674	-137	188

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Представлені показники демонструють ріст вартісного показника продуктивності праці, однак варто розуміти, що протягом 2016-2017 такі зміни були зумовлені не організаційними трансформаціями, а звичайним скороченням персоналу на 5,2%. Протягом аналізованого періоду зафіксований щорічний ріст фонду оплати праці на рівні близько 17%. Коефіцієнт обороту за наймом демонструє поступовий ріст, що свідчить про щорічне зростання частки прийнятих на роботу нових працівників у загальній структурі персоналу.

Аналіз рентабельності ПрАТ «Київстар»

Заключним етапом аналізу економічного стану ПрАТ «Київстар» є аналіз рентабельності, який дозволяє надати кінцеву оцінку результативності різних напрямків діяльності підприємства, головним критерієм якої є прибуток та розрахункові показники, які характеризують ефективність у розрізі різних економічних елементів. Розрахунок основних показників рентабельності ПрАТ «Київстар» наданий нижче у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Аналіз рентабельності ПрАТ «Київстар»

Показник	Формула розрахунку та рядки в балансі	Роки			Відхилення: +,-	
		2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017
Коефіцієнт рентабельності активів	чистий прибуток/середньорічну вартість активів (2350/((1300п+1300к)*0,5))	0,198	0,313	0,292	0,116	-0,021
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	чистий прибуток/власний капітал (2350/((1495п+1495к)*0,5))	0,295	0,417	0,402	0,122	-0,015
Коефіцієнт рентабельності продукції	прибуток від реалізації/ витрати на виробництво продукції (2350/2050)	0,394	0,837	0,883	0,443	0,046
Рентабельність продажу	Прибуток від реалізації продукції / Чиста виручка від реалізації продукції (2350/2000)	0,216	0,361	0,357	0,145	-0,004

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Візуальне зображення, розрахованих у таблиці 2.8 показників подано на рисунку 2.8.

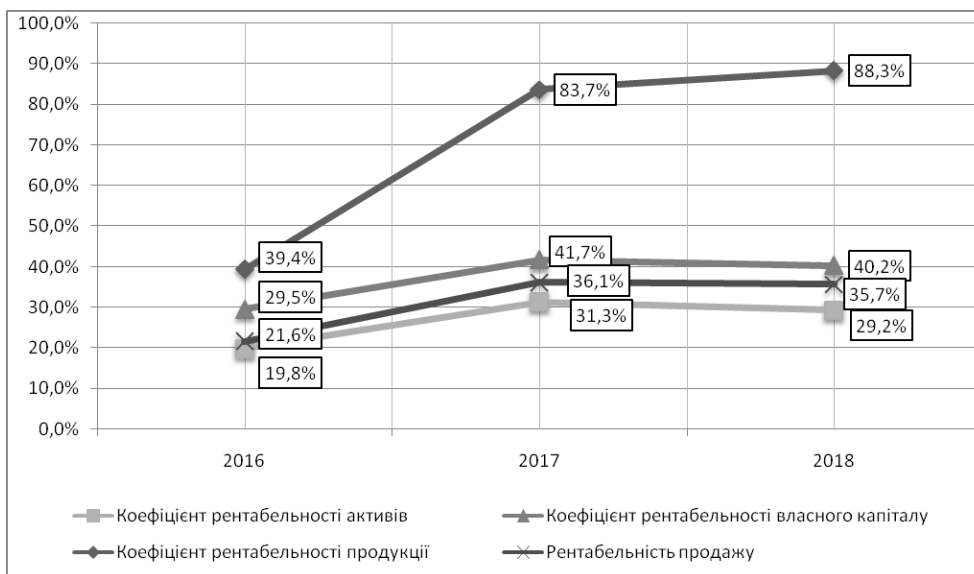


Рисунок 2.8 – Показники рентабельності ПрАТ «Київстар» (2016-2018 рр)

Джерело: складено автором на основі таблиці 2.8

Виходячи з представленої табличної та графічної інформації робимо висновок, що найбільш стабільною динамікою поступового зростання володіє показник рентабельності продукції, якому був притаманний різкий ріст протягом 2016-2017 року на 44,3%, та незначний ріст протягом 2018 року, що було не характерне для решти показників. Щодо інших показників, протягом 2016-2017 спостерігався їх незначний ріст, однак у 2018 році мало місце часткове зниження, зокрема, найменшого впливу зазнав показник рентабельності продажів (зниження на 0,4%), а найбільшого – рентабельність активів (зниження на 2,1%). Однак, попри незначні проблеми забезпечення стабільного росту прибутковості ПрАТ «Київстар», можна констатувати, що підприємство працює ефективно, отримуючи стабільно високі показники прибутку.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що ПрАТ «Київстар» володіє достатньо стабільним рівнем економічного стану у розрізі майнового потенціалу, фінансової стійкості та ліквідності, ділової активності та рентабельності, однак, помітною проблемою видається надмірне використання компанією кредитних ресурсів, внаслідок чого порушується загальна

стабільність фінансово-господарського стану підприємства та виникає загроза актуалізації потенційних загроз та їх руйнівного впливу на діяльність ПрАТ «Київстар».

2.3 Аналіз доходності діяльності ПрАТ «Київстар»

Як було зазначено у Розділі 1 доходність підприємства характеризує ефективність його діяльності, яка в свою чергу є наслідком взаємодії підприємства з факторами внутрішнього та зовнішнього середовища. За цих обставин, для аналізу доходності ПрАТ «Київстар» перш за все необхідно розглянути зазначені фактори впливу на функціонування товариства, а також вказати можливість використання сильних та слабких сторін для протидії потенційним загрозам або розвитку можливостей компанії.

Для аналізу впливу зовнішнього середовища скористаємось SWOT-аналізом. В процесі дослідження було виділено найхарактерніші риси діяльності ПрАТ «Київстар», а також наведено можливості та загрози, які несе український ринок телекомунікацій для його учасників. На основі вищезазначеного побудуємо відповідну матрицю (рис. 2.8).

В центральній частині матриці на перетині вказані можливі шляхи щодо протидії зовнішнім загрозам за допомогою сильних сторін, посилення слабких сторін за допомогою ринкових можливостей тощо.

Дослідження внутрішніх факторів функціонування ПрАТ «Київстар» представлений у вигляді аналізу функціональних складових підприємства: фінансової, інтелектуально-кадрової, техніко-технологічної, інформаційної, політико-правової, екологічної, силової. Характеристика зазначених складових, а також можливі загрози та шляхи їх уникнення наведено в таблиці 2.9.

	<p>Можливості</p> <p>А. Впровадження покриття 4G та 5G в Україні.</p> <p>Б. Збільшення кількості смартфонів та планшетних комп'ютерів у власності населення.</p>	<p>Загрози</p> <p>А. Інтенсивна конкуренція на ринку мобільного зв'язку в Україні.</p> <p>Б. Нестабільні політичні та економічні умови в країні.</p> <p>В. Зниження привабливості бізнесу в Україні для інвесторів.</p>
<p>Сильні сторони</p> <p>1. Широке покриття території мережею (велика частка ринку, I місце на ринку)</p> <p>2. Наявність виключно власних основних фондів.</p> <p>3. Надання послуг під єдиним брендом.</p>	<p>1Б: Залучення більш широкої аудиторії користувачів.</p> <p>3Б: Зменшення витрат на залучення нових користувачів, можливість швидко ввести на ринок новий продукт.</p>	<p>3А: Формування лояльної аудиторії за допомогою бренд-менеджменту та корпоративної відповідальності.</p> <p>2Б: Фінансова незалежність підприємства зменшує можливий вплив економічних ризиків.</p> <p>1В: Домінуюче положення та висока прибутковість обумовлюють інвестиційну привабливість підприємства.</p>
<p>Слабкі сторони</p> <p>1. Пропозиція іншими мобільними операторами більш вигідних тарифів та послуг.</p> <p>2. Плинність кадрів.</p> <p>3. Висока зношеність основних фондів.</p>	<p>Б1: Більш глибоке сегментування швидкозростаючого ринку.</p> <p>А3: Оновлення ОФ, виведення морально застарілих приладів та засобів.</p>	<p>А1: Закріплення домінуючого положення за рахунок нецінової конкуренції.</p> <p>А2: Стратегія хед-хантингу, акумулювання тільки цінних кадрів.</p>

Рис. 2.9 – SWOT-матриця

Джерело: складено автором

Таблиця 2.9 – аналіз функціональних складових підприємства (ФСП) ПрАТ «Київстар»

ФСП	Характеристика	Загрози	Інтерес
Фінансова	<p>Сума активів - 24 809 448 000грн в т.ч. необоротні активи - 18 402 885 000 грн оборотні активи - 6 406 452 000 грн Грошові кошти - 5 201 943 000 грн Власний капітал - 16 735 315 000 грн Позиковий капітал - 8 145 011 000 грн Чистий дохід від реалізації - 19 077 607 000 грн Собівартість реалізованої продукції - 7 701 134 000 грн Прибуток від операційної діяльності - 8 009 520 000 грн Чистий прибуток - 6 837 961 000 грн Довгострокова дебіторська заборгованість – 0 грн Поточна дебіторська заборгованість – 1 033 160 000 грн Поточна кредиторська заборгованість – 6 512 174 000 грн</p>	<p>Дане підприємство є прибутковим, проте в його діяльності існують певні ризики. Відповідно до характеристики у ПрАТ «Київстар» існує загроза виникнення кризи ліквідності через значні обсяги поточної кредиторської та дебіторської заборгованостей. При чому найбільшу частку кредиторської заборгованості складають розрахунки з учасниками та за товари, роботи, послуги. Частково ризик покривається за рахунок грошових коштів, більша частина яких розміщена на рахунках банків, що включає також ризик коливань курсів та інфляції.</p>	<p>Пріоритетним напрямком розвитку фінансової складової безпеки підприємства має стати зменшення ризиків втрати ліквідності шляхом оптимізації розрахунків з кредиторами та здійснення ефективного управління дебіторською заборгованістю.</p>
Інтелектуально-кадрова	<p>Середня кількість працівників – 2674 ос. Витрати на оплату праці - 1 164 030 000 грн Станом на 31 грудня 2018 року та 31 грудня 2017 року ключовий управлінський персонал Компанії складався з 12 керівників вищої ланки. Загальна сума винагороди ключовому управлінському персоналу – 112 785 000 грн (за 2018 рік). Компанія входить до рейтингу 20 найкращих роботодавців України, активно залучає нових</p>	<p>Потенційною загрозою може бути плинність висококваліфікованих ключових кадрів, а також недостатня кількість спеціалістів на ринку праці.</p>	<p>Освітні програми вимагають додаткових витрат, проте дозволяють нівелювати нестачу в кадрах, а соціальні заходи є досить ефективною складовою системи мотивації персоналу.</p>

ФСП	Характеристика	Загрози	Інтерес
	<p>працівників через освітні програми та програми стажування.</p> <p>Відсоток працівників з повною вищою освітою – 90%.</p> <p>Кількість жінок на керівних посадах складає 28%.</p> <p>Компанія постійно проводить навчальні заходи , тренінги, співробітники компанії відвідують професійні семінари та конференції. За 2018 рік більша частина співробітників пройшли навчання та підвищили свою кваліфікацію.</p>		
Інформаційна	<p>Інформаційна складова визначається за напрямками повноти інформації про ринкову кон'юнктуру, іншими маркетинговими дослідженнями та прозорості й відповідності інформації, що надається державним органам та у публічному доступі. Керівництво ПрАТ «Київстар» дотримується норм ведення бухгалтерського обліку та розміщення інформації про власну діяльність.</p> <p>Витрати на маркетинг – 732 912 000 грн</p> <p>Вартість консультаційних послуг і послуг зовнішніх фахівців - 284 809 000 грн</p>	<p>Існують загрози пов'язані з неповнотою ринкової інформації та можливістю промислового шпіонажу зі сторони конкурентів. До того ж специфіка галузі накладає проблему викриття персональних даних користувачів, що має великий потенційний вплив на репутацію.</p>	<p>Необхідне забезпечення відповідного рівня витрат на збереження як власних даних, так і даних користувачів за допомогою нових інформаційних технологій. Застосування Big Data та інноваційних методів маркетингу для збирання та аналізу великих масивів даних про стан ринку.</p>
Техніко-технологічна	<p>Первісна вартість основних засобів - 19 738 899 000 грн в т.ч.</p> <p>земельні ділянки - 44 684 000 грн;</p> <p>будинки, споруди та передавальні пристрої - 1 925 503 000 грн;</p> <p>машини та обладнання - 17 634 628 000 грн;</p> <p>транспортні засоби - 134 084 000 грн.</p> <p>Загальна сума зносу - 12 590 499 000 грн.</p>	<p>Потенційною загрозою даної складової є можливість технологічного відставання та «програшу» нових інноваційних ринків, тому ПрАТ «Київстар» постійно вдосконалює якість своїх послуг. Також наявна проблема застарівання основних фондів (більш ніж 50%).</p>	<p>Напрямок розвитку має бути модернізація та оновлення матеріально-технічної бази, виведення з експлуатації морально застарілих передавальних пристроїв та приладів для підвищення ефективності їх роботи та зниження ризиків пов'язаних з поломками.</p>

ФСП	Характеристика	Загрози	Інтерес
	<p>Нематеріальні активи компанії представлені переважно ліцензіями та мережевим і білінговим програмним забезпеченням. Залишкова вартість нематеріальних активів на 2018 рік складає 6 667 513 000 грн.</p> <p>«Київстар» дотримується політики розвитку інноваційних проектів як всередині компанії, так і в Україні в цілому.</p> <p>«Київстар» продовжує інвестувати в мобільний інтернет четвертого покоління (4G), забезпечуючи технологічне лідерство компанії на ринку телекомунікаційних послуг. Окрім класичних послуг компанія вбачає перспективи у розвитку таких технологій як діджиталізація та наданні фінансових послуг, а також IoT-платформи (Інтернет речей).</p>		<p>Пошук нових інвестиційних можливостей дозволить зайняти нову нішу швидше за конкурентів та встановити бар'єри входу на неї.</p>
Політико-правова	<p>ПрАТ «Київстар» здійснює свою діяльність на основі ЗУ «Про акціонерні Товариства», інших законів та ліцензій, що регламентують надання відповідних телекомунікаційних послуг, а також Кодексу поведінки групи компаній VEON.</p>	<p>Загрозами можуть бути зміни в законодавстві, а саме в регулюванні телекомунікаційної галузі, податкове, трудове законодавство. Нестабільна політична ситуація також є джерелом ризику.</p>	<p>«Київстар» має значний резерв фінансової стійкості, тому значні наслідки від зміни політичного вектору чи законодавчої бази не прогнозується. Значна увага приділяється ризик-менеджменту.</p>
Екологічна	<p>Діяльність ПрАТ «Київстар» спрямована на скорочення обсягів утворення відходів, впровадження безвідходних технологій, зведення до мінімуму утворення відходів, що не підлягають переробці.</p> <p>В офісах активно впроваджується політика «Зеленого офісу», яка передбачає використання паперового документообігу лише за вимогами</p>	<p>«Київстар» не має власного виробництва у повному розумінні, а значна кількість основних фондів належать до так званої теле-інфраструктури, тому значних загроз в даному напрямку дослідження не виявлено.</p>	<p>Корпоративна культура підприємства включає в себе політику зменшення негативного впливу від своєї діяльності на навколишнє середовище. Відповідні програми зазначені у характеристиці цієї складової</p>

ФСП	Характеристика	Загрози	Інтерес
	<p>відповідного законодавства. Решта документообігу – на електронних носіях. Компанія проводить цілеспрямовану поетапну заміну люмінесцентних ламп в офісах на світлодіодні; передбачено використання лише енергоефективного та безпечного газового обладнання та резервних дизельних станцій. Небезпечні відходи, які утворюються на об'єктах «Київстар» в процесі роботи передаються на вторинну переробку організаціям, що мають відповідну матеріально-технічну базу та ліцензію.</p>		
Силова	<p>Дана функціональна складова направлена на захист життя та здоров'я працівників, а також на збереження матеріальних цінностей та інформації, що становить комерційну таємницю. Ці функції виконує служба безпеки підприємства. Також пріоритетом компанії є захист персональних даних користувачів від їх можливого викрадення.</p>	<p>Рейдерство, незаконне привласнення матеріальних цінностей компанії та її працівників. Фінансові махінації, розповсюдження конфіденційної інформації, промисловий шпіонаж, викрадення персональних даних.</p>	<p>Впровадження та технічна підтримка засобів захисту інформації, ретельний підбір персоналу, які мають доступ до стратегічних показників – ключові аспекти реалізації силового аспекту безпеки даного підприємства.</p>

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Для надання об'єктивної оцінки доходності, яка надасть порівнювані показники, розглянемо абсолютні величини, що характеризують діяльність ПрАТ «Київстар» та двох його найбільших конкурентів в галузі телекомунікацій та зв'язку – ПрАТ «ВФ Україна» та ТОВ «лайфселл». Співставлення доходності зазначених компаній здійснимо за ключовими показниками: чистий дохід від реалізації (даний показник характеризує грошові надходження за товари, роботи, послуги за вирахуванням непрямих податків), чистий прибуток (збиток) та ARPU (Average Revenue per User – середньомісячний дохід на одного користувача).

Таблиця 2.10 – Зведені дані фінансової звітності підприємств зв'язку впродовж 2016-2018 років

Підприємство	Дохід, млн грн			Прибуток (збиток), млн грн			ARPU, грн		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Київстар	19077,6	17079	15753	6838	6194,7	3387,1	64,6	56,9	52,5
ВФ Україна*	-	11898	11138	-	2248	1276	-	49,6	46,4
лайфселл	5268,5	4876	4837,5	-1300,7	-503,6	928,3	57,3	47,7	40,6

Джерело: складено автором на основі [25]

Представлена інформація дає можливість констатувати, що безсумнівним лідером у відповідній галузі є ПрАТ «Київстар», про що також свідчить позитивна тенденція до зростання як доходу, так і прибутку. При цьому темпи приросту також є більшими, ніж у конкурентів: для «Київстар» у 2018 році до попереднього приріст доходу склав 12%, в той же час для «лайфселл» лише на 8%, аналогічна ситуація має місце і у 2017 році. Відмітимо наявність збитків у ТОВ «лайфселл» за 2 останні роки попри збільшення рівня доходів, ймовірно, внаслідок капітальних інвестицій у 2018 та 2017 роках на суму 4 й 1,3 млрд грн відповідно. Позитивним аспектом для представників галузі також є збільшення показника ARPU, який свідчить про зростання тарифів на надання відповідних телекомунікаційних послуг населенню. Можна зробити припущення, що в майбутньому розриви між цими підприємствами зв'язку лише будуть збільшуватися, адже найближчим часом передбачається поява на українському

ринку більш досконалих технологій, таких як 5G, впровадження яких потребує значних інвестицій та фінансової міцності.

Для встановлення найбільш та найменш доходних напрямів функціонування ПрАТ «Київстар» розкриємо інформацію про складові елементи доходу від реалізації товарів, робіт та послуг як доходу від операційної діяльності підприємства.

Таблиця 2.11 – Дохід від реалізації товарів, робіт, послуг та його складові елементи впродовж 2016-2018 років

<i>Елементи доходу від реалізації</i>	<i>Сума доходу, тис. грн</i>			<i>Абсолютне відхилення, тис. грн</i>	
	<i>2018 рік</i>	<i>2017 рік</i>	<i>2016 рік</i>	<i>2018 до 2017</i>	<i>2017 до 2016</i>
Регулярні платежі	9 980 447	7 390 889	5 504 926	2 589 558	1 885 963
Доход від інтерконекту	3 254 641	3 496 223	3 879 681	-241 582	-383 458
Додаткові послуги	1 961 681	1 929 635	2 701 628	32 046	-771 993
Продаж ефірного часу	1 630 726	2 236 864	1 817 288	-606 138	419 576
Послуги широкопasmового Інтернету (ФТТВ)	741 453	676 075	603 845	65 378	72 230
Роумінг (абоненти)	596 862	475 250	357 504	121 612	117 746
Плата за фіксовані лінії	411 444	393 265	415 813	18 179	-22 548
Роумінг за доступ до мережі	207 441	207 367	206 317	74	1 050
Плата за підключення і разова плата за передплату послуг	89 296	77 767	82 440	11 529	-4 673
Продаж клієнтського обладнання	10 585	5 239	1 779	5 346	3 460
Інші доходи	184 815	190 414	181 806	-5 599	8 608
Разом	19 069 391	17 078 988	15 753 027	1 990 403	1 325 961

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Відповідно до таблиці 2.11 найбільш доходним та перспективним напрямом діяльності ПрАТ «Київстар» впродовж аналізованих періодів є регулярні платежі користувачів мобільного зв'язку: у 2018 році їх частка в загальному доході складає 52,34%. При чому ця частка щороку збільшується,

так, у 2017 році вона складає 43,25%, а в 2016 році – 34,95%. Регулярні платежі виступають як плата за підключення пакету послуг, а також щомісячна передоплата за тарифом, в свою чергу, дохід від інтерконекту, продажу ефірного часу, роумінг (абонентський і доступ до мережі) та додаткові послуги, в тому числі плата за послуги SMS та MMS, можна узагальнити в рамках послуг мобільного зв'язку, оскільки дані послуги розповсюджуються тарифними пакетами та мають технологічну базу, відмінну від послуг Інтернету та фіксованого зв'язку. За цих обставин, всі вище зазначені джерела доходу слід розглядати разом. Так, загальний напрям «мобільний зв'язок» забезпечив компанії 92,46% всього доходу у 2018 році, 91,14% – у 2017, 91,84% – у 2016 роках. Протягом 2018-2016 років позитивний приріст серед зазначених складових мобільного зв'язку характерний для регулярних платежів та плати за роумінг, інші елементи мали від'ємне значення річного приросту доходу.

Іншими джерелами доходу, які заслуговують на увагу в рамках аналізу доходності є послуги Інтернету та плата за фіксовані лінії. Попри незначну частку плати за підключення до мережі Інтернет (майже 4%) в доходах ПрАТ «Київстар», дана послуга є перспективною з точки зору загальносвітового тренду розвитку Інтернет-комунікацій. Протилежна тенденція стосується фіксованого зв'язку, який в профілі компанії займає приблизно 1%.

Очевидним є факт того, що надання послуг мобільного зв'язку залишається пріоритетним напрямом для ПрАТ «Київстар», попри інтенції підприємства розвивати нові. Навпаки, висока ринкова ефективність надання клієнтам послуг мобільного зв'язку надає можливість фінансування розвитку та інтеграції нових технологій, а також забезпечує фінансову незалежність ПрАТ «Київстар».

2.4. Кореляційно-регресійний аналіз доходності ПрАТ «Київстар»

Обов'язковим елементом здійснення ґрунтовного аналізу доходності ПрАТ «Київстар» є застосування інструментарію економіко-математичного

моделювання з метою підтвердження зв'язку та визначення залежності між ознаками, обраними на основі здійсненого економічного аналізу. У рамках даної дипломної роботи пропонуємо використати метод кореляційно-регресійного аналізу, що дозволить вирішити наступні завдання:

— оцінити тісноту зв'язку факторних ознак і результативної за допомогою *кореляційного аналізу*.

— встановлення аналітичного виразу залежності результативної ознаки від факторних за допомогою *регресійного аналізу*, що дозволить визначити як у середньому змінюватиметься результативна ознака при зміні факторних.

Додатково, пропонуємо розрахувати показники еластичності за кожною окремою факторною ознакою для оцінки ступеня впливу такої ознаки, за відсутності інших, у відсотковому вираженні.

Початковим етапом побудови кореляційно-регресійної моделі є економічно обґрунтоване визначення факторних та результуючих ознак. Враховуючи, що об'єктом дослідження даної роботи є доходність підприємства *результативною ознакою* було обрано – чистий дохід від реалізації продукції, а *факторними ознаками* виступатимуть показники, що чинять безпосередній вплив на його рівень – адміністративні, збутові, інші операційні та фінансові витрати.

Нехай, зв'язок між факторними та результативною ознакою описується наступним рівнянням лінійної регресії:

$$y = a_0 + a_1 \times x_1 + a_2 \times x_2 + a_3 \times x_3 + a_4 * x_4 , \quad (2.1)$$

де y – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (тис. грн.),

x_1 – адміністративні витрати (тис. грн.),

x_2 – витрати на збут (тис. грн.),

x_3 – інші операційні витрати (тис. грн.),

x_4 – фінансові витрати (тис. грн.),

a_0 – вільний член рівняння регресії,

a_i – коефіцієнти рівняння регресії, які характеризують кількісний вплив на результуючий показник зміни величини відповідного факторного показника на одиницю його виміру ($i = \overline{1,4}$).

Дані необхідні для проведення кореляційно-регресійного аналізу подано у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12 – Основні фінансові показники діяльності підприємства за 2013 – 2018 рр.

Показник Рік	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Адміністративні витрати, тис. грн.	Витрати на збут, тис. грн.	Інші операційні витрати, тис. грн.	Фінансові витрати, тис. грн.
2013	13 091 150	924 531	980 050	595 876	24
2014	12 986 795	910 608	1 111 890	1 340 635	6 267
2015	14 925 358	1 077 082	1 327 902	162 366	162 896
2016	15 753 027	1 271 998	1 316 755	374 209	18 454
2017	17 078 988	1 922 854	1 514 947	91 627	4 010
2018	19 069 391	1 607 736	1 665 605	188 853	7 185

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Проведення кореляційного аналізу окремих фінансових показників діяльності ПрАТ «Київстар» буде здійснено шляхом використання програмного забезпечення пакету Microsoft Office, комп'ютерної програми – Microsoft Excel, зокрема інструменту «Аналізу даних» → «Кореляція».

Результати кореляційного аналізу подані у таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Результати кореляційного аналізу доходності ПрАТ «Київстар»

Показник	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Адміністративні витрати, тис. грн.	Витрати на збут, тис. грн.	Інші операційні витрати, тис. грн.	Фінансові витрати, тис. грн.
----------	---------------------------------------------------------------------------	------------------------------------	----------------------------	------------------------------------	------------------------------

Продовження таблиці 2.13

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.					
	1				
Адміністративні витрати, тис. грн.	0,854002757		1		
Витрати на збут, тис. грн.	0,971338147	0,851176132	1		
Інші операційні витрати, тис. грн.	-0,713612003	-0,67034678	- 0,673309 684	1	
Фінансові витрати, тис. грн.	-0,092540649	-0,244823535	0,040762 729	- 0,3189790 73	1

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Використовуючи шкалу Чеддока визначимо кількісну міру тісноти зв'язку між факторними ознаками та результативною, характеристика подана у таблиці 2.14.

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

Показник	Адміністративні витрати	Витрати на збут	Інші опер. витрати	Фінансові витрати
Чистий дохід	Висока	Дуже висока	Висока	Слабка

Джерело: побудовано автором на основі отриманих результатів поданих у таблиці 2.13

За результатами проведеного аналізу (табл. 2.14) можна зробити висновок про наявність високої тісноти зв'язку між показниками витрат на збут та адміністративних витрат, а також помітного зв'язку між іншими операційними витратами та показниками адміністративних та збутових витрат.

Отриманий результат свідчить про наявність мультиколінеарності ($r_{ij} \neq 0, i \neq j$), утім, її рівень є помірним ($r_{ij} < r_{yx \max}, i \neq j$).

З метою встановлення характеру зв'язку між обраними ознаками було проведено регресійний аналіз, шляхом використання програмного забезпечення

пакету Microsoft Office, комп'ютерної програми – MicrosoftExcel, зокрема інструменту «Аналізу даних» → «Регресія», результати якого подано у таблицях 2.15-2.16.

Таблиця 2.15 – Регресійна статистика

<i>Регресійна статистика</i>	
Множественный R	0,9998783
R-квадрат	0,999756615
Нормированный R-квадрат	0,998783075
Стандартная ошибка	82175,26279
Наблюдения	6

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Значення скоригованого коефіцієнту детермінації $R^2 \approx 0,9988$ (табл. 2.5), що свідчить про те, що зміна результативної ознаки на 99,88% спричинена зміною факторної.

Таблиця 2.16 – Результати дисперсійного аналізу

<i>Показник</i>	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>
Регрессия	4	2,77385E+13	6,93462E+12	1026,929214	0,023399303
Остаток	1	6752773815	6752773815		
Итого	5	2,77452E+13			

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Отримані результати дисперсійного аналізу демонструють надійність даної моделі, адже згідно критерію Фішера $f^* = 1026,929 > f_{табл} = 0,008796$, де $f_{табл} = F(1 - 0,95; m; n - m - 1)$, тобто при рівні значимості – 95%, дана модель характеризується відсутністю впливу випадкових факторів.

Результати регресійного аналізу подані у таблиці 2.17.

Таблиця 2.17 – Результати регресійного аналізу

<i>Показник</i>	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>
-----------------	---------------------	---------------------------	---------------------	-------------------	-------------------	--------------------

Продовження таблиці 2.17

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	6383685,132	322105,994	19,819	0,032	2290940,431	10476429,83 3
Адміністративні витрати, тис. грн.	-2,169	0,253	-8,571	0,074	-5,384	1,046
Витрати на збут, тис. грн.	9,951	0,321	31,018	0,021	5,875	14,028
Інші операційні витрати, тис. грн.	-1,797	0,143	-12,542	0,051	-3,617	0,024
Фінансові витрати, тис. грн.	-12,595	0,891	-14,144	0,045	-23,910	-1,280

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ПрАТ «Київстар» [19]

Враховуючи значення показника Р-статистика для кожної з факторних ознак, що становить менше 0,5, коефіцієнти є ненульовими і як наслідок чинять вплив на результативну ознаку.

Отримані значення показника Т-статистика свідчать, про те що статистична природа кожної факторної ознаки не є випадковою і вони можуть вважатись статистично значимими, оскільки їх значення є більшими за $t_{табл}(0,95;n-m-1) = 0,078$.

Надійні інтервали параметрів регресії представлено нижче:

$$\begin{aligned}
 -5,4 &\leq a_1^* \leq 1,1 \\
 5,9 &\leq a_2^* \leq 14,0 \\
 -3,6 &\leq a_3^* \leq 0,024 \\
 -23,9 &\leq a_4^* \leq -1,3
 \end{aligned}$$

Таким чином, рівняння регресії буде матиме вигляд:

$$y = 6383685,1 - 2,2 \times x_1 + 9,9 \times x_2 - 1,8 \times x_3 - 12,6 * x_4 . \quad (2.1)$$

Тобто, при зміні показника адміністративних витрат на одиницю, рівень чистого доходу знизиться на 2,2 од., збільшення витрат на збут на одиницю тягнутиме за собою збільшення чистого доходу на 9,9 од., а одиничне збільшення

інших операційних та фінансових витрат призведе до зменшення результативного показника на 1,8 та 12,6 одиниць відповідно.

Окремо проаналізуємо показники еластичності для кожної з факторних ознак, беручи за правду припущення про відсутність впливу інших факторних ознак на результативну. Розрахунок еластичності здійснюватиметься за формулою 2.3.

$$\varepsilon_1 = a \frac{\bar{x}_1}{\bar{y}}, i = \overline{1,4} \quad (2.3)$$

Результати розрахунку еластичності представлені у таблиці 2.18.

Таблиця 2.18 – Результати розрахунку еластичності

Показник	Еластичність
Адміністративні витрати, тис. грн.	-0,180
Витрати на збут, тис. грн.	0,848
Інші операційні витрати, тис. грн.	-0,053
Фінансові витрати, тис. грн.	-0,027

Джерело: розраховано автором на основі даних таблиці 2.12, таблиці 2.17

Отже, одновідсоткове зростання показника адміністративних витрат призведе до зменшення чистого доходу на 0,18%; аналогічний ріст збутових витрат призведе до зростання доходу на 0,848%, зростання на 1% інших операційних витрат призведе до зменшення результативного показника на 0,053%; 1%-ве зростання фінансових витрат зменшить чистий дохід на 0,027%.

Висновки до розділу 2

У рамках другого розділу дипломної роботи було проведено аналіз доходності корпоративного підприємства на прикладі ПрАТ «Київстар». ПрАТ «Київстар» – одна з найбільших українських телекомунікаційних-компаній, основним напрямком діяльності якої є організація послуг рухомого та фіксованого зв'язку. ПрАТ «Київстар» на сьогодні є лідером українського ринку телекомунікаційних послуг, що підтверджується відповідною часткою ринку на

рівні 50%, результативні показники діяльності компанії свідчать про ріст її доходних показників. Компанія формує імідж установи з високим рівнем соціальної відповідальності, ініціюючи та проводячи велику кількість соціальних, екологічних та освітніх програм.

Аналіз майнового стану ПрАТ «Київстар» показав високий рівень зношеності основних засобів компанії (63,2%), що пояснюється специфікою структури майна та основних фондів підприємств галузі. Аналіз ділової активності підприємства виявив проблему низької оборотності кредиторської заборгованості, що свідчить про зростання споживання підприємством послуг у кредит. ПрАТ «Київстар» володіє достатньо високим рівнем платоспроможності та ліквідності, зокрема, підприємство володіє значною кількістю грошових коштів у складі активів, що знижує ризики ліквідності. Аналіз трудових ресурсів показав поступовий ріст заробітної плати на підприємстві та неоднозначні тенденції щодо плинності кадрів на підприємстві. В цілому ПрАТ «Київстар» є високоприбутковим підприємством, чиї показники рентабельності знаходяться на стабільно високому рівні незважаючи на незначні коливання. Проблеми підвищення рівня доходності ПрАТ «Київстар» лежить у площині формування збалансованої кредитної політики та управління фінансами підприємства.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЗРОСТАННЯ ДОХОДНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

3.1. Напрями зростання доходності діяльності та розробка пропозицій щодо їх застосування на ПрАТ «Київстар»

На основі проведеного у попередніх розділах аналізу можна стверджувати, що дохід як економічна категорія грає провідну роль у функціонуванні господарської структури, визначаючи її можливості до стабільного фінансування поточних потреб діяльності та матеріального забезпечення реалізації перспективних напрямків розвитку. Однак, аналізуючи питання зростання доходності компанії варто враховувати усю комплексність даної категорії, що в свою чергу потребує дослідження як ступеня впливу наявних факторів та динаміки ключових внутрішньогалузевих процесів, так і аналізу наявних у підприємства точок потенційного зростання доходності у функціональному вимірі діяльності організації.

Виходячи з цього, найперше пропонуємо виокремити найбільш суттєві проблемні аспекти функціонування телекомунікаційної галузі, до якої відноситься ПрАТ «Київстар», чий інгібуючий вплив обмежує можливості досліджуваного підприємства до досягнення більш сприятливих рівнів доходності, з метою подальшого якісного виокремлення найбільш пріоритетних напрямків зростання доходності ПрАТ «Київстар». До ключових стримуючих чинників зростання доходності підприємств галузі телекомунікацій України віднесемо наступні:

— відсутність повноти технічної реалізації технології 4G у частині якісних параметрів зв'язку, попри формальне декларування компаній можливостей до їх повноцінного забезпечення;

— наявність деяких локальних обмеженостей отримання послуг операторів зв'язку, унаслідок відсутності необхідних технологічних потужностей до 100%-го покриття території України, включаючи віддалені регіональні осередки;

— поступове знецінення Інтернет-технологіями важливості мобільного зв'язку як однієї з першочергових потреб сучасного індивідууму, що породжує відповідні тенденції до цілковитої відмови споживачів від послуг мобільного зв'язку;

— відсутність необхідної технологічної оснащеності пристроїв значної кількості споживачів послуг (як наслідок низького рівня доходів переважної частини населення), що порушує питання економічної доцільності забезпечення цілковитого покриття технологією 4G та розвитку технологій 5G;

— диспропорції розвитку інфраструктурної спроможності регіонів, що поєднуючись з демографічними тенденціями урбаністичного характеру обмежує можливості та вмотивованість телекомунікаційних корпорацій до розвитку відповідних об'єктів інфраструктури на регіональному рівні;

— високозатратність організації процесів технічного переоснащення основних фондів та розвитку інноваційних напрямків сфери телекомунікацій;

— проблеми у забезпеченні збалансованості цінової політики компаній, що обумовлено чинниками споживчої платоспроможності, регуляторними обмеженнями АМКУ та власними внутрішньогосподарськими потребами компаній у підтримці певного рівня доходності;

— асиметричність структури боргових зобов'язань компаній, зокрема у частині співставності рівнів дебіторської та кредиторської заборгованостей;

— слабкість вітчизняних нормативно-правових механізмів мотивування розвитку телекомунікаційної галузі, пасивність виконавчих органів влади у питаннях вирішення даної проблеми;

— низький рівень поінформованості споживачів послуг зв'язку щодо переваг використання 4G-технології;

— несприятливий характер вітчизняного інституційного середовища, що виявляється у сильній бюрократизації, поширеності владного трайбалізму та непотизму, що значним чином обмежує організаційну спроможність корпорацій до розвитку.

Таким чином, можна констатувати, що більшість описаних проблем галузевого середовища функціонування ПрАТ «Київстар» обумовлює виникнення, виявлених у попередньому розділі, конкретних проблем фінансового-економічного характеру ПрАТ «Київстар», таких як високий ступінь зношеності обладнання, негативні показники рівня оборотності кредиторської заборгованості, нестабільна динаміка прибутковості, суперечливі тенденції у зміні структурних показників споживачів послуг ПрАТ «Київстар».

На основі окресленого кола ключових проблем забезпечення високого рівня доходності ПрАТ «Київстар», далі пропонуємо здійснити комплексний аналіз можливих напрямків, впровадження заходів у рамках яких, може забезпечити зростання доходності досліджуваного підприємства. Узагальнено основні напрямки зростання доходності ПрАТ «Київстар» подано нижче на рисунку 3.1.

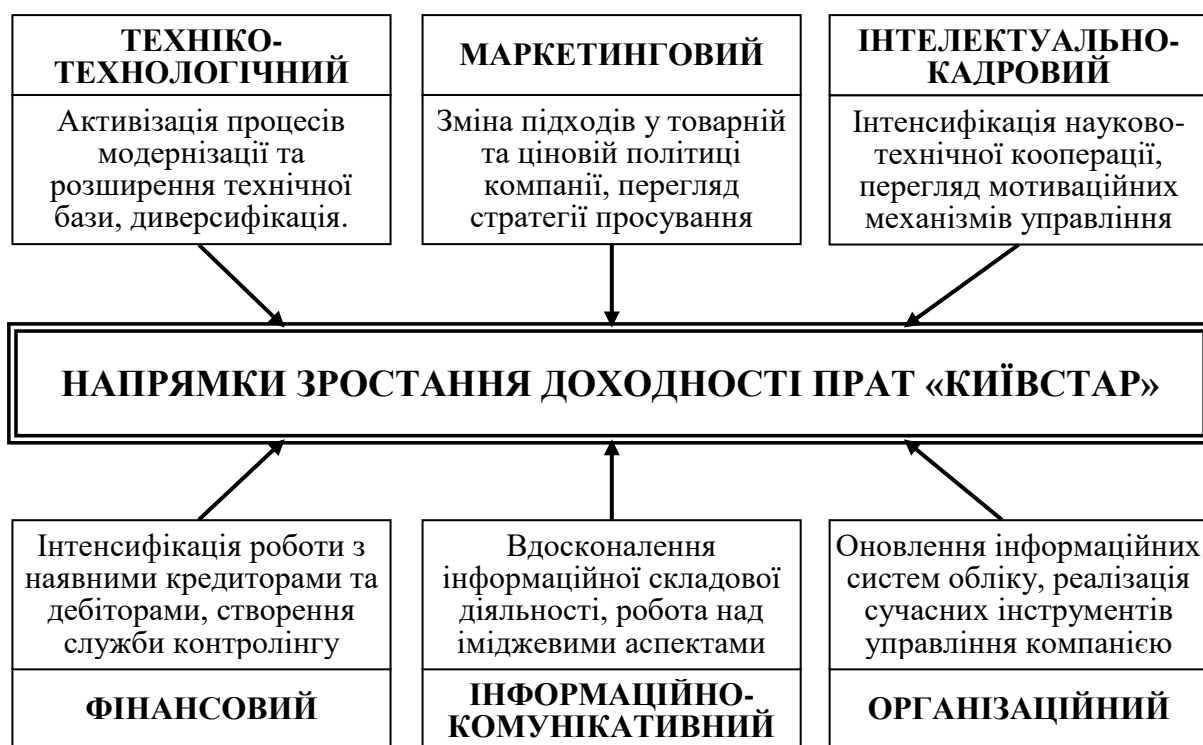


Рисунок 3.1 – Основні напрямки забезпечення зростання доходності ПрАТ «Київстар»

Джерело: авторська розробка

Далі, пропонуємо здійснити конкретизацію, представлених на рисунку 3.1 напрямків зростання доходності ПрАТ «Київстар».

1. Техніко-технологічний напрям:

- пошук та залучення інвестиційних ресурсів з метою фінансування оновлення техніко-технологічної бази забезпечення послуг зв'язку;
- налагодження партнерських зв'язків з ключовими технологічними корпораціями, які здійснюють розробку та тестування сучасної технології 5G-зв'язку та інших телекомунікаційних новацій з метою встановлення відповідних коопераційних механізмів співпраці;
- здійснення диверсифікації діяльності підприємства шляхом розробки нових продуктів у рамках вже сформованих напрямків діяльності, які складають альтернативу мобільному зв'язку, такі як Смарт-Гроші, IoT, КиївстарТВ і т.д.;
- збільшення кількості базових точок мережі зв'язку.

2. Маркетинговий напрям:

- оновлення умов тарифних пакетів послуг, пропонованих ПрАТ «Київстар», у частині формування більш привабливих цінових пропозицій задля розширення існуючої кількості абонентів, які обслуговуються компанією;
- розширення пропонованого асортименту комплексних пакетів послуг;
- активізація застосування інструментів цифрового маркетингу у рекламній діяльності ПрАТ «Київстар»;
- запуск повноцінних рекламних кампаній з просування послуг ПрАТ «Київстар», окрім телебачення, мобільного зв'язку та Інтернету.

3. Інтелектуально-кадровий напрям:

- розробка комерційних програм науково-технічної кооперації з провідними вітчизняними закладами вищої освіти технічного спрямування та застосування різних форм коопетиції задля розробки високотехнологічних продуктів у сфері телекомунікацій;
- оновлення мотиваційного інструментарію управління кадровими ресурсами у відповідності до кращих світових практик у даній сфері;
- застосування спеціальних засобів цифрового програмного контролю витрат часу працівників як адміністративного, так і виробничо-технічного

персоналу з відповідним чином розробленою системою зв'язку зафіксованих показників ефективності та рівня оплати праці.

4. Фінансовий напрям:

- створення відділу фінансового контролінгу ПрАТ «Київстар» з метою оперативного відслідковування негативних фінансових тенденцій розвитку компаній та забезпечення належного стратегічного забезпечення його розвитку у частині фінансів;

- впровадження більш прогресивних аналітико-методологічних підходів до управління кредиторською та дебіторською заборгованістю;

- перегляд існуючої стратегії залучення та погашення боргових зобов'язань ПрАТ «Київстар».

5. Інформаційно-комунікативний напрям:

- доповнення функціональних характеристик мобільного додатка «МійКиївстар» у напрямку розширення можливостей взаємодії споживача та підприємства через смартфон;

- впровадження освітніх програм соціальної направленості, які були б пов'язані з прямим використанням послуг ПрАТ «Київстар»;

- здійснення спеціальних точкових інформаційних кампаній націлених на посилення поінформованості споживачів послуг про соціальні ініціативи ПрАТ «Київстар», ретельне конструювання іміджевої складової компанії;

- вдосконалення системи комунікацій рівня «споживач-підприємство» у напрямку розширення можливостей зворотного зв'язку із абонентами.

6. Організаційний напрям:

- пошук та впровадження більш сучасних цифрових систем обліку господарських операцій та ключових бізнес-процесів ПрАТ «Київстар» з метою розширення аналітичних можливостей реалізації процесу прийняття управлінських рішень;

- проведення цільового аудиту ефективності функціонування організаційної структури ПрАТ «Київстар»;

- запровадження сучасних партнерських механізмів та систем участі персоналу підприємства у прибутках компанії.

Таким чином, можна зробити висновок, що існує велика кількість потенційно ефективних заходів зі зростання доходності ПрАТ «Київстар» у межах виокремлених функціональних напрямків, однак, в даному випадку необхідно орієнтуватися на отримані дані економічного аналізу стану підприємства та наданий розширений опис найбільш суттєвих кон'юнктурних чинників впливу на діяльність ПрАТ «Київстар».

Підсумовуючи, на основі проведеного аналізу потенційних напрямків зростання доходності ПрАТ «Київстар» та попередніх результатів аналізу його фінансово-господарського стану, вважаємо за доцільне запропонувати здійснення наступних заходів:

1. *Введення нової послуги з індивідуальних пасажирських перевезень «Стар-Авто», яка має на меті диверсифікацію напрямів діяльності та їх інтеграцію до переліку існуючих послуг, а також «завоювання» частки ринку перевезень за рахунок отримання переваг у рівні цінової пропозиції порівняно з аналогічними параметрами конкурентів.*

2. *Введення нової послуги «Консьєрж-Сервісу» у рамках існуючого асортиментного напрямку пропонованих послуг «Смарт-Гроші», у якості одного з заходів реалізації стратегії диверсифікації діяльності ПрАТ «Київстар», що пов'язано, насамперед, як з наявними кон'юнктурними умовами, так і з високим рівнем перспективності розвитку даного товарного сегменту.*

3.2. Обґрунтування доцільності пропозицій щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар»

Одним з двох запропонованих напрямів підвищення доходності ПрАТ «Київстар» є розвиток та впровадження нового напрямку діяльності, а саме послуги консьєрж-сервісу. Слово «консьєрж» походить від французької фрази «comte des cierges» і означає людину, яка в середньовічні часи запалювала свічки і підтримувала їх горіння, також це слово вказувало на людину відповідальну за

зберігання ключів. На сьогоднішній день консьєрж-сервіс є послугою, яку можна охарактеризувати як послуги персонального асистента або секретаря, тобто виконання різноманітних доручень клієнта, наприклад отримання довідкової інформації з загальнодоступних джерел, бронювання та замовлення квитків, замовлення доставки, персональні сповіщення тощо.

Традиційно, дана послуга надається банками своїм клієнтам, які користуються особливими дебетовими та кредитними картами – так званими VIP-картами. Так, наприклад, ПриватБанк розповсюджує серед клієнтів картки Platinum, які надають можливість користуватись послугами персонального банкіра, обслуговуватись у відділеннях банків поза чергою, а також відкривають доступ до інших послуг, серед яких є консьєрж-сервіс. Замовлення такої картки коштує щонайменше 1000 гривень, а щомісячне обслуговування – 300 гривень[26]. За таку плату клієнт отримує цілодобовий доступ до наступних послуг:

- виклик екстрених служб;
- інформаційні послуги;
- допомога в роботі з документами;
- організація відпочинку;
- замовлення квитків;
- замовлення послуг побутового характеру (прання, ремонт, прибирання тощо);
- бронювання готелю, ресторану і т.д.;
- кур'єрська доставка
- послуги персонального консьєржу.

Перелік, який наведено вище, є типовим проте не виключним, оскільки він встановлюється на власний розсуд кожною окремою компанією, яка надає послуги консьєрж-сервісу, та може бути обмежений:

по-перше, законодавством країни та/або території на якій, послуги надаються. Наприклад, виключено можливість здійснення протиправних дій або бездіяльності, а також таких дій, які паплюжать честь та гідність особи;

по-друге, здоровим глуздом, оскільки неможливо зробити об'єктивно нездійсненні доручення.

На основі загальнодоступної інформації в мережі Інтернет ми розглянули способи функціонування агентств, які займаються конс'єрж-сервісом, та виокремили 2 підходи до монетизації даного сервісу:

1. Плата за послугу. Даний підхід ґрунтується на отриманні доходу у вигляді плати від клієнта за наданий сервіс. Тобто, компанія, яка надає послуги з конс'єрж-сервісу, несе витрати з виконання доручення клієнта, за фактом виконання отримує плату, частина якої покриває витрати, а залишок від плати привласнюється у вигляді доходу. Очевидні переваги даного підходу відсутні, проте недоліком виступає ціна, яка є вище ринкової на ідентичні послуги без посередників на суму доходу, який отримує компанія конс'єрж-сервісу.

2. Комісійна винагорода. За цим підходом в якості доходу компанії, яка займається конс'єрж-сервісом, виступають комісійні, сплачені фактичним виконавцем замовлення клієнта. Виконавець відає частину свого доходу компанії з послугами конс'єрж-сервісу як посереднику, який надає замовлення виконавцю від імені свого клієнта. Дана модель притаманна компаніям з постійними довгостроковими партнерськими стосунками, проте за таких умов спектр послуг, які можуть бути надані в рамках конс'єрж-сервісу, може бути суттєво обмежений. Слід зазначити, що обидва підходи не є взаємовиключними і можуть бути застосовані разом.

Ринок конс'єрж-сервісу є неоднорідним через дію багатьох факторів, в тому числі відсутність чіткого визначення поняття «конс'єрж-сервіс», а також неможливість встановлення виключного переліку послуг, які підпадають під діяльність конс'єрж-сервісу. Внаслідок цього на даний момент відсутня будь-яка об'єктивна статистика щодо представленості конс'єрж-сервісу на українському ринку, окрім інформації про діяльність комерційних банків в преміум сегменті, одним з напрямів в якому є конс'єрж-сервіс. За даними звіту Private Banking Survey 2018, проведеного міжнародною аудиторською компанією Ernst&Young, в якому здійснено аналіз діяльності українських банків у сегментах private та

premium, у 2018 році в Україні 44% VIP-клієнтів комерційних банків користувались послугами консьєрж-сервісу (рис. 3.2)

Найпопулярніші послуги серед VIP-клієнтів, %

За даними дослідження EY.



Рисунок 3.2 – Розподіл найпопулярніших банківських послуг у преміум-сегменті в Україні на 2018 рік

Джерело:[27]

За даними цього ж звіту до категорії VIP-клієнтів банку належать переважно власники бізнесу та наймані керівники (38% та 36% відповідно) з середнім річним доходом не менше ніж 1 млн грн. Загалом, можна стверджувати, що консьєрж-сервіс є послугою, яка націлена на вищий середній та вищий класи населення.

На основі інформації, яка викладена вище, ми пропонуємо ПрАТ «Київстар» розробити та імплементувати послугу «Консьєрж» як один з напрямів роботи з клієнтами. Дана послуга має бути реалізована на базі бізнес напряму під назвою «Смарт-Гроші», який поєднує наступні послуги[28]:

- перерахування коштів з мобільного рахунку на карту банку;
- переказ коштів між картами;
- оплата послуг мобільних операторів;
- покупки онлайн;
- замовлення та погашення кредиту;
- оплата комунальних послуг;
- страхування;
- тощо.

Впровадження послуги «Консьєрж» має на меті сегментувати фінансовий напрям діяльності ПрАТ «Київстар» та залучити клієнтів з високим рівнем доходу. До функціоналу даної послуги має бути включено всі послуги напряму «Смарт-Гроші» але з суттєвою різницею – клієнт «Київстар» залишає заявку на виконання свого доручення оператору, який і виконує таке доручення за плату у вигляді підписки до послуги.

Для забезпечення конкурентоспроможності зазначеної послуги було вирішено встановити щомісячну плату за користування на рівні 250 грн, що на 50 грн менше за середньоринкову ціну.

Другим напрямом зростання ПрАТ «Київстар» було запропоновано впровадити ще одну послугу – «Стар-Авто», яка має на меті розвиток напряму приватних пасажирських перевезень – таксі. На відміну від традиційної моделі послуг таксі, які існують ще з минулого століття, «Стар-Авто» частково відтворює модель сучасних інноваційних компаній. Така модель передбачає взаємодію споживача та особи, яка надає послуги, в середовищі мобільного додатку або веб-сайту. Тобто замовлення здійснюється переважно з мобільного телефону, а найближчий вільний водій приймає замовлення.

Основними конкурентами «Стар-Авто» на ринку перевезень є такі компанії:

Uber – міжнародна компанія, яка окрім послуг таксі також займається послугами доставки їжі, медикаментів та інших вантажів, розвиває напрям безпілотного та міського повітряного транспорту. Компанія активно залучає до роботи водіїв з власним автотранспортом[29];

Uklon – українська компанія, заснована у 2010 році, яка є найпершою в Україні службою таксі з можливістю замовлення в мережі Інтернет. Uklon на має власного автомобільного фонду, а лише надає можливість індивідуальним водіям або цілим автопаркам обслуговувати власних клієнтів через мобільний додаток та веб-інтерфейс[30];

Bolt (Taxify) – європейська компанія, яка також надає послуги перевезення за допомогою мобільного додатку. Дана компанія також не володіє власними

автомобілями, проте співпрацює з автопарками-партнерами, які надають автомобілі водіям в оренду або лізинг. Також одним з напрямів роботи сервісу є надання електросамокатів на прокат[31].

За оцінками названих операторів, ринок приватних пасажирських перевезень в Україні є досить містким – станом на 2019 рік щорічний оборот ринку складає 40 млрд грн, при цьому 98% знаходяться у так званому тіньовому секторі. Обороти ринку в Києві складає 12% від загальнодержавного – 4,8 млрд грн на рік або 400 млн грн на місяць, а щомісяця здійснюється майже 4 млн поїздок із середнім чеком в 100 грн. За цих умов зрозуміло, що український ринок таксі є висококонкурентним – 89% ринку розподілені між трьома найбільшими конкурентами, які були приведені вище (Uber займає 51%, Uklon – 25%, Bolt – 13%)[32].

Зважаючи на зазначені ринкові фактори було вирішено надати сервісу «Стар-Авто» конкурентну перевагу в ціні послуги на рівні 10 грн/км для будь-якого користувача та 8,64 грн/км в середньому для користувачів «Київстар» за програмою лояльності. Невисока ціна буде досягнута придбанням недорогих автомобілів для автопарку, можливо не нових, але технічно справних. Також, беручи до уваги значену конкуренцію, на перший рік функціонування сервісу буде запущено послуги таксі у двох найбільших за кількістю перевезень містах – Києві та Львові. До того ж наявність офісів ПрАТ «Київстар» в цих містах дозволить розмістити працівників без оренди нових приміщень

3.3. Розрахунок витрат на реалізацію заходів щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар»

Одним з напрямів підвищення доходності ПрАТ «Київстар» було обрано впровадження нової послуги консьерж-сервісу шляхом розширення функціоналу FinTech напряму компанії. Як було зазначено в попередньому пункті даної роботи, така послуга буде включена до переліку наявних фінансових послуг ПрАТ «Київстар» на базі підрозділу компанії під назвою «Смарт-Гроші», який

конкурує з комерційними банками, які працюють з фізичними особами. Послуга консьерж-сервісу є розповсюдженою в банківській діяльності й націлена на клієнтів з високим рівнем доходу. З метою оцінки можливості ефективної імплементації вказаної послуги ПрАТ «Київстар» проведемо відповідні розрахунки витрат на впровадження консьерж-сервісу.

Для реалізації даного заходу щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар» було вирішено розмістити необхідне обладнання та персонал в окремому офісному приміщенні на умовах оренди, з включеними витратами на комунальні послуги. Місцезорозташування офісу не відіграє значної ролі, оскільки робота персоналу не потребує безпосередньої взаємодії як з клієнтом, так і з центральним офісом, проте, з метою більш компактного розміщення функціональних підрозділів таке приміщення має знаходитись у місті Києві. Для забезпечення персональних робочих місць необхідно придбати ноутбуки для безпосередньої роботи, а також гарнітуру для приймання замовлень та спілкування з клієнтами. Також необхідною складовою є придбання та налаштування серверу для обміну даними між персональними комп'ютерами, встановлення CRM-системи – прикладного програмного забезпечення, яке направлене на автоматизацію стратегій взаємодії з клієнтами. У таблиці 3.1 наведено кошторис, за яким визначаються початкові інвестиції.

Таблиця 3.1 – Початкові інвестиції

Стаття витрат	Кількість, од.	Ціна одиниці, грн	Сума, грн
Ноутбук HP Probook 450	30	12 500,00	375 000,00
Принтер Samsung SL-M2070W (SS298B), шт.	2	3 500,00	7 000,00
Гарнітура	22	569,00	12 518,00
Сервер	1	23 885,00	23 885,00
Меблі для кімнати відпочинку	1	8 000,00	8 000,00
Холодильник	1	13 000,00	13 000,00
Кавомашина	1	7 000,00	7 000,00
Стіл офісний	26	1 100,00	28 600,00
Шафа офісна	4	700,00	2 800,00
Крісло офісне	30	1 400,00	42 000,00
Монтажні роботи	1	35 000,00	35 000,00
Інтеграція послуги в мобільний додаток	1	10 000,00	10 000,00
Встановлення CRM-системи	1	32 000,00	32 000,00
Всього			596 803,00

Джерело: складено автором на основі розрахунків та вільної інформації в мережі Інтернет

Відповідно до розрахунків сума початкових інвестицій для впровадження послуги конс'єрж-сервісу складає майже 597 тис. грн, більшу частину з яких складають витрати на придбання персональних комп'ютерів (62,8%). Скорочення даної статті є небажаним, адже характер послуги, що надається, вимагає наявності потужної матеріально-технічної бази. Також, до початкових витрат було віднесено «непродуктивні» статті, які мають на меті забезпечити комфортні умови для співробітників – кавомашина, холодильник та меблі для кімнати відпочинку.

Наступним кроком є визначення потреби розробки аналізованого напрямку в кадрах. Основними робітниками конс'єрж-сервісу є оператори-асистенти, в обов'язки яких входить приймання замовлень від клієнтів та виконання таких замовлень, серед них: надання консультацій, фінансові операції від імені клієнта та інші послуги, які передбачені додатком «Смарт-Гроші». Для зменшення ризику втрат внаслідок можливої непопулярності конс'єрж-сервісу серед клієнтів ПрАТ «Київстар» було вирішено розпочати впровадження даної послуги з відносно невеликого штату асистентів – 20 осіб.

До штату працівників також входять: директор підрозділу, технічний директор, системні адміністратори та супервізори, чиїми обов'язками є навчання персоналу та контроль якості наданих послуг. В таблиці 3.2 наведено розрахунок витрат на оплату праці відповідної категорії персоналу, оклад встановлено на основі загальнодоступної інформації в мережі Інтернет.

Таблиця 3.2 – Розрахунок річного та місячного фонду оплати праці

Посада	Кількість співробітників, осіб	Посадовий оклад, грн/міс	Сума, грн/міс	Сума, грн/рік
Керівник підрозділу	1	28 000,00	28 000,00	336 000,00
Технічний директор	1	24 000,00	24 000,00	288 000,00
Системний адміністратор	2	15 000,00	30 000,00	360 000,00
Супервізор	2	16 000,00	32 000,00	384 000,00
Асистент-оператор	20	10 000,00	200 000,00	2 400 000,00
<i>Всього</i>			<i>314 000,00</i>	<i>3 768 000,00</i>

Посада	Кількість співробітників в, осіб	Посадовий оклад, грн/міс	Сума, грн/міс	Сума, грн/рік
Витрати на соціальні відрахування			69 080,00	828 960,00
Всього ФОП			383 080,00	4 596 960,00

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Загальний місячний фонд оплати праці підрозділу консьєрж-сервісу становить 314 тис. грн в місяць, з якого 200 тис. грн становлять витрати на оплату праці операторів-асистентів, які є основною робочою силою. Також до витрат на персонал включено витрати на соціальні відрахування, тобто ЄСВ, який розраховується як нарахування на ФОП за ставкою 22%. Затрати на ЄСВ на місяць складають 69 тис. грн.

Іншою важливою статтею витрат, які необхідно розрахувати є амортизація основних фондів підрозділу. Як було сказано вище, офісне приміщення та його інфраструктура є орендованими, тому амортизація здійснюється для обладнання та меблів (таблиця 3.3).

Для розрахунку амортизації був використаний прямолінійний метод, який передбачає перенесення вартості основних фондів на вартість продукції рівними частинами. Слід зазначити, що, відповідно до «Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку 16. Основні засоби», до вартості ноутбуків було включено вартість розробки та встановлення відповідної CRM-системи, а до вартості серверу – витрати на його монтаж. Річна сума амортизації складає 172 230,99 грн, а місячна сума складає дванадцяті частину річної суми – 14 352,58 грн.

Таблиця 3.3 – Амортизаційні відрахування

Назва об'єкту основних фондів	Кількість одиниць	Вартість, грн	Термін корисного використання , років	Норма амортизації	Річна сума амортизації , грн
Ноутбук HP Probook 450 (з вартістю розробки та встановлення CRM-системи)	30	13 566,67	3	0,3	135 531,00
Принтер Samsung SL-M2070W (SS298B), шт.	2	3 500,00	3	0,3	2 331,00
Гарнітура	22	569,00	3	0,333	4 168,49
Сервер (з вартістю монтажних робіт)	1	58 885,00	10	0,1	5 888,50
Меблі для кімнати відпочинку	1	8 000,00	5	0,2	1 600,00
Холодильник	1	13 000,00	6	0,167	2 171,00
Кавомашина	1	7 000,00	3	0,333	2 331,00
Стіл офісний	26	1 100,00	4	0,250	7 150,00
Шкаф офісний	4	700,00	5	0,2	560,00
Крісло офісне	30	1 400,00	4	0,250	10 500,00
Всього					172 230,99

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Далі розрахуємо повну собівартість надання послуги консьєрж-сервісу в місяць (таблиця 3.4) на основі попередньо приведених розрахунків. Сума складає 448 332,58 грн в місяць (5 379 991 грн/рік), а найбільша частка витрату собівартості послуги припадає на оплату праці – майже 70%.

Таблиця 3.4 – Собівартість послуги консьєрж-сервісу, розрахована на місяць

Стаття витрат	Сума, грн
Оплата праці	314 000,00
ЄСВ	69 080,00
Амортизація основних фондів	14 352,58
Оренда приміщення	44 800,00
Витрати на телефонію	300,00
Щомісячна оплата ліцензії CRM-системи	800,00
Інші витрати	5 000,00
Всього	448 332,58

Джерело: складено автором на основі розрахунків

В якості другого напрямку зростання доходності ПрАТ «Київстар» було запропоновано впровадити послугу перевезення пасажирів, інакше – таксі, під назвою «Стар-Авто». Як вже було зазначено, дана послуга дозволить компанії вийти на конкурентний ринок, а тому присутній значний ризик, пов'язаний з можливістю не окупили інвестиції в цей напрям. Зважаючи на це, було прийнято рішення запровадити послугу «Стар-Авто» для початку у двох містах, а саме Києві та Львові, та з автопарком кількістю 200 автомобілів Renault Logan (або ідентичних за ціною та технічними характеристиками).

Розрахунок витрат на впровадження послуг з перевезення здійснено за елементами витрат:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;
- витрати на соціальні заходи;
- амортизація.

Також витрати згруповані у елементи виробничої собівартості, адміністративні витрати та витрати на збут.

Насамперед, було розраховано виробничу собівартість послуги, яка складається з витрат на паливо, витрат на оплату праці водіїв та диспетчерів, а також нарахувань на їх заробітну плату, амортизаційних відрахувань з вартості автопарку та інших матеріальних та нематеріальних активів.

Нижче наведено розрахунок витрат на паливо (таблиця 3.5). Розрахунок проведено на основі даних про ціну 1 літра палива, середні витрати бензину на 100 кілометрів відповідно до характеристик автомобілю Renault Logan та очікуваний середньоденний пробіг таксі.

Таблиця 3.5 – Розрахунок річних витрат на паливо

Середня ціна 1 літра бензину А-95, грн	21,85
Витрати палива на 100 км, л	7,5
Середній денний пробіг 1 автомобіля, км	300
Середні витрати на паливо на місяць, грн	2 993 013,00
Середні витрати на паливо на рік, грн	35 916 156,00

Джерело: складено автором на основі розрахунків та вільної інформації в мережі

Інтернет

Витрати на оплату праці основного персоналу наведено у таблиці 3.6. До основного персоналу відносяться водії, які безпосередньо займаються перевезеннями, та диспетчери, функція яких – консультування споживачів за необхідності.

Таблиця 3.6 – Розрахунок витрат на оплату праці основних працівників

Посада	Кількість співробітників, осіб	Посадовий оклад, грн/міс	Сума, грн/міс	Сума, грн/рік
Водій	200	15000	3 000 000,00	36 000 000,00
Диспетчер	24	10000	240 000,00	2 880 000,00
Всього			3 240 000,00	38 880 000,00

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Відповідно до наведеного фонду оплати праці розраховуються витрати на соціальні заходи за ставкою 22%, тому сума ЄСВ за місяць дорівнює 712 800 грн, за рік – 8 553 600 грн.

Основні виробничі фонди представлені, по-перше, автомобілями Renault Logan у кількості 200 одиниць, а, по-друге, матеріальними та нематеріальними активами, які необхідні для роботи диспетчерів, а саме персональні комп'ютери, гарнітура, офісні меблі й мобільний додаток.

Таблиця 3.7 – Розрахунок річної суми амортизації основних виробничих фондів

Назва об'єкту основних фондів	Кількість одиниць	Вартість, грн	Термін корисного використання, років	Норма амортизації	Річна сума амортизації, грн
Автомобіль седан Renault Logan	200	202000	7	0,143	5 777 200,00
Ноутбук HP Probook 450	25	12 500,00	3	0,333	104 062,50
Стіл офісний	25	700,00	4	0,25	4 375,00
Крісло офісне	25	1 400,00	4	0,25	8 750,00
Мобільний додаток	1	30 000,00	5	0,2	6 000,00
Всього					5 900 387,50

Джерело: складено автором на основі розрахунків

На основі вищенаведених розрахунків можна привести витрати, які класифікуються як виробнича собівартість послуги «Стар-Авто». Також до цієї групи віднесено прогнозовані витрати на оренду парко-місць на закритих майданчиках з охороною, які віднесено до інших операційних витрат.

Таблиця 3.8 – Розрахунок річної собівартості послуги «Стар-Авто»

Елементи виробничої собівартості	Сума, грн/рік
Прямі матеріальні витрати	35 916 156,00
Витрати на оплату праці	38 880 000,00
Відрахування на соціальні заходи	8 553 600,00
Амортизація	5 900 387,50
Інші операційні витрати	8 925 014,35
Всього	98 175 157,85
Виробнича собівартість 1 км поїздки, грн	4,48

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Наступним етапом розрахунку витрат є адміністративні витрати, які представлені витратами на оплату праці дирекції, бухгалтерів напряму, менеджерів та технічних консультантів (таблиця 3.9), нарахуванням на фонд оплати праці та амортизаційними відрахуваннями (таблиця 3.10).

Таблиця 3.9 – Розрахунок витрат на оплату праці адміністративних працівників

Посада	Кількість співробітників, осіб	Посадовий оклад, грн/міс	Сума, грн/міс	Сума, грн/рік
Технічний консультант	2	18 000	36 000,00	432 000,00
Бухгалтер	2	15 000	30 000,00	360 000,00
HR-менеджер	4	12 000	48 000,00	576 000,00
Керівник підрозділу	1	25 000	25 000,00	300 000,00
Заступник керівника	2	15 000	30 000,00	360 000,00
Всього			169 000,00	2 028 000,00

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Аналогічно до попередніх розрахунків визначимо суму витрат на соціальні заходи за ставкою 22%. Так, місячна сума відрахувань становить 37 180 грн, а річна – 446 160 грн

Таблиця 3.10 – Розрахунок річної суми амортизації фондів адміністративного призначення

Назва об'єкту основних фондів	Кількість одиниць	Вартість, грн	Термін корисного використання, років	Норма амортизації	Річна сума амортизації, грн
Стіл офісний	12	1 100,00	4	0,25	3 300,00
Шкаф офісний	4	700,00	5	0,2	560,00
Крісло офісне	12	1 400,00	4	0,25	4 200,00
Ноутбук HP Probook 450	12	12 500,00	3	0,333	49 950,00
Принтер Samsung SL-M2070W	3	3 500,00	3	0,333	3 496,50
Всього					61 506,50

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Загальна річна сума адміністративних витрат представлена у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11 – Річна сума адміністративних витрат послуги «Стар-Авто»

Елементи витрат	Сума, грн
Витрати на оплату праці	2 028 000,00
Відрахування на соціальні заходи	446 160,00
Амортизація	61 506,50
Всього	2 535 666,50

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Витрати на збут представлені витратами на рекламу послуги «Стар-Авто». Плановий рекламний бюджет закладено на рівні не більше 1 млн грн. Загальні річні витрати, пов'язані з функціонуванням проекту, становлять **101 710 824,35 грн.**

3.4. Оцінка соціально-економічної ефективності проведених заходів щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар»

На основі розрахунків витрат, які безпосередньо пов'язані з впровадженням послуги консьерж-сервісу та її подальшому наданні в рамках фінансового напрямку ПрАТ «Київстар» під назвою «Смарт-Гроші», необхідно здійснити оцінку ефективності впровадження цього заходу.

За основу для розрахунку доходу від впровадження консьерж-сервісу було взято інформацію про кількість користувачів додатку «Смарт-Гроші», яка становить більше 100 тис. активних користувачів. Також, на основі даних статистики про рівень доходів населення, ми робимо припущення, що тільки 10% таких користувачів виявлять бажання користуватися послугою «Консьерж» за ціною 250 грн на місяць (3000 грн на рік) в перший рік її роботи, тобто на перший рік планується під'єднати до послуги «Консьерж» 10000 осіб. Для визначення інвестиційної ефективності даного заходу пропонуємо розрахувати наступні показники:

- чистий приведений дохід (NPV);
- період окупності;
- індекс доходності.

Таблиця 3.12 – Розрахунок ефективності інвестицій у захід «Консьерж-Сервіс»

Показники	Значення по роках		
	1	2	3
Чистий дохід від реалізації, грн	25 000 000,00	25 000 000,00	25 000 000,00
Матеріальні витрати, витрати на оплату праці (з відрахуваннями), інші операційні витрати, грн	5 207 760,00	5 207 760,00	5 207 760,00

Продовження таблиці 3.12

Показники	Значення по роках		
	1	2	3
Амортизація обладнання, грн	172 230,99	172 230,99	172 230,99
Фінансовий результат від операційної діяльності, грн	19 620 009,01	19 620 009,01	19 620 009,01
Прибуток до оподаткування, грн	19 620 009,01	19 620 009,01	19 620 009,01
Податок на прибуток, грн	3 531 601,62	3 531 601,62	3 531 601,62
Чистий прибуток, грн	16 088 407,38	16 088 407,38	16 088 407,38
Грошовий потік, грн	16 260 638,38	16 260 638,38	16 260 638,38
Ставка дисконту	12%	12%	12%
Дисконтований грошовий потік, грн	14 518 427,12	12 962 881,36	11 574 001,21
Чистий приведений дохід, грн	33 847 549,70		
Період окупності, років	0,4		
Індекс доходності	7,50		

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Зважаючи, що показник NPV є більшим за нуль, можна зробити висновок про високу прибутковість запропонованого заходу. Про це також свідчить такий показник як період окупності, який знаходиться на рівні 0,4 роки або 3 місяці. Індекс доходності на рівні більшим від одиниці вказує на прибутковість проекту.

Далі проведемо аналогічні розрахунки для другого заходу, а саме послуги пасажирських перевезень «Стар-Авто». За даними з відкритих джерел у мережі Інтернет було встановлено, що в середньому один автомобіль, який задіяний у послугах таксі, за день здійснює 300 км тарифікованих поїздок. За такої умови один автомобіль приносить виручку у розмірі 2 592 грн в день, якщо 1 км тарифікуємо за ціною 8,64 грн (з ПДВ), або мінімальною тарифною ставкою. Середньоденна виручка з 200 автомобілів має складати 518 400 грн (без вирахування непрямих податків). Очікувана річна виручка становить 189 216 000 грн, а чистий дохід – 157 680 000 грн.

Таблиця 3.13 – Розрахунок ефективності інвестицій у захід «Стар-Авто»

Показники	Значення по роках		
	1	2	3
Чистий дохід від реалізації, грн	157 680 000,00	157 680 000,00	157 680 000,00
Матеріальні витрати, витрати на оплату праці (з відрахуваннями), інші операційні витрати, грн	95 748 930,35	95 748 930,35	95 748 930,35
Амортизація обладнання, грн	5 961 894,00	5 961 894,00	5 961 894,00
Фінансовий результат від операційної діяльності, грн	55 969 175,65	55 969 175,65	55 969 175,65
Прибуток до оподаткування, грн	55 969 175,65	55 969 175,65	55 969 175,65
Податок на прибуток, грн	10 074 451,62	10 074 451,62	10 074 451,62
Чистий прибуток, грн	45 894 724,03	45 894 724,03	45 894 724,03
Грошовий потік, грн	51 856 618,03	51 856 618,03	51 856 618,03
Ставка дисконту	12%	12%	12%
Дисконтований грошовий потік, грн	46 300 551,82	41 339 778,41	36 910 516,43
Чистий приведений дохід, грн	28 801 916,31		
Період окупності, років	2,3		
Індекс доходності	1,30		

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Відповідно до проведеного аналізу ефективності заходу «Стар-Авто» зробимо висновок про прибутковість даного напрямку, а отже і доцільності його впровадження. Більший термін окупності даного напрямку порівняно з аналогічним показником напрямку «Консьєрж-Сервісу» свідчить про меншу ефективність послуг перевезення, проте зіставлення абсолютних значень чистого прибутку вказує, що «Стар-Авто» за умови альтернативності запропонованих напрямків має більшу перевагу.

Висновки до розділу 3

В межах розділу було проаналізовано наявні проблеми та загрози, які притаманні внутрішньому середовищу функціонування ПрАТ «Київстар», та розглянуто зовнішні фактори, які мають безпосередній вплив на діяльність підприємства. На основі аналізу зазначених аспектів було виокремлено 6 напрямків зростання доходності ПрАТ «Київстар», а саме

техніко-технологічний, маркетинговий, інтелектуально-кадровий, фінансовий та організаційний.

В рамках наведених напрямів було обрано 2 заходи щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар»:

1. Впровадження в рамках додатку «Смарт-Гроші» нової послуги під назвою «Консьєрж-Сервіс» з обслуговування категорії користувачів з високим рівнем достатку. Дана пропозиція спрямована на зміцнення конкурентних позицій ПрАТ «Київстар» у сфері електронного банкінгу та фінансових технологій.

Відповідно до проведеного аналізу зазначений захід має конкурентну перевагу у вигляді меншої ціни послуги порівняно з аналогами конкурентів. Очікувані річні витрати на впровадження «Консьєрж-Сервісу» складають 5 379 990,99 грн, а прогнозований річний чистий дохід – 25 000 000 грн. Розрахований термін окупності – 3 місяці.

2. Запровадження нового напрямку діяльності, а саме надання послуг з перевезення громадян легковим автотранспортом, або послуги таксі, під назвою «Стар-Авто». Даний захід націлений на диверсифікацію вже існуючих напрямів ПрАТ «Київстар» та розвиток нових ринків.

Запланований річний обсяг витрат на впровадження та функціонування «Стар-Авто» складає 101 710 824,35 грн, з яких 98 175 157,85 грн становить виробнича собівартість, 2 535 666,50 грн складають адміністративні витрати, а витрати на збут закладені на рівні 1 000 000 грн. Доходність даного напрямку становить 157 680 000 грн у вигляді чистого доходу, а чистий прибуток складає 45 894 724,03 грн. Термін окупності розраховано на рівні 2,3 роки.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Отже, в ході проведено дослідження було обґрунтовано економічні напрямки зростання прибутковості корпоративного підприємства на прикладі ПрАТ «Київстар», що фіналізувалося у формування конкретних пропозиції щодо зростання доходності діяльності ПрАТ «Київстар» та відповідній оцінці соціально-економічного ефекту від їх провадження.

Результатом написання дипломної роботи стало виконання попередньо поставлених завдань.

Розглянуто основні теоретико-методологічні основи та надано сутнісну характеристику доходу як економічної категорії, зокрема встановлено, що його історичний розвиток бере свій початок з наукових шкіл меркантилістів, фізіократів, класиків та марксистів; більш широкого розгляду дана категорія набула серед представників історичної та неокласичної школи, шкіл неолібералів та інституціоналістів. Встановлена велика кількість можливих класифікаційних ознак доходу, однак, найбільш доцільним є їх логічне групування за сферами застосування (сфера планування; регулювання та контролю; управління; обліку фінансових результатів). Визначено, що основними функціями доходу є відтворювальна, стимулююча, інформаційно-аналітична та соціальна.

Ідентифіковано ключові чинники, що здійснюють ключовий вплив на рівень доходності підприємства, попередньо здійснивши їх якісний розподіл на ендогенні та екзогенні. Ендогенні напрямки впливу доцільно розрізняти за функціональним критерієм, виділяючи виробничі, фінансові, маркетингові, інвестиційні, соціальні та екологічні чинники. До базових груп екзогенних чинників було віднесено економічні, політико-правові, демографічні, соціокультурні та природно-екологічні чинники. Виділено ключові резерви зростання доходності, які представляють собою широкий спектр напрямків управління різними функціональними аспектами діяльності підприємства.

Узагальнено основні теоретичні підходи до оцінювання рівня доходності підприємства, до яких відносяться структурний, факторний, динамічний та порівняльний. Детально розглянуто аналіз рентабельності як ключовий методичний підхід у проведенні такої оцінки. Розглянуто питання побудови комплексної системи забезпечення доходності підприємства, яка включає в себе стратегію доходності, а також маркетингову, інноваційну, інформаційно-аналітичну складову, а також складову управління ризиками.

Розглянуто ключові господарсько-правові засади функціонування та надано коротку характеристику ПрАТ «Київстар» в ході якого встановлено, що дана компанія є одним з ключових гравців вітчизняного ринку телекомунікацій, зокрема у частині мобільного зв'язку, де дана корпорація займає домінуючу позицію. Компанія володіє стабільною конкурентною позицією на ринку та сприяє активному формуванню іміджу екологічно- та соціально-відповідальної корпорації, яка ставить інтереси споживача вище власних комерційних прагнень.

Здійснено аналіз основних економічних показників ПрАТ «Київстар», який свідчить про наявність низки проблем, пов'язаних із високим ступенем фізичної зношеності устаткування (63,2%), високим рівнем оборотності кредиторської заборгованості, нестабільністю у динаміці показника плинності кадрів. Однак, загалом економічний аналіз підприємства засвідчив його міцні позиції у питанні платоспроможності та ліквідності, більш того, ПрАТ «Київстар» володіє високими показниками рентабельності і може бути віднесене до високоприбуткових підприємств, при цьому, рівень заробітної плати по підприємству також має тенденцію до зростання.

Проаналізовано рівень доходності ПрАТ «Київстар», шляхом використання методики SWOT-аналізу та застосування структурно-функціонального підходу у аналізі доходності, який включає у себе дослідження рівня доходності підприємства за фінансовою, інтелектуально-кадровою, інформаційною, техніко-технологічною, політико-правовою,

екологічною та силовою складовими. Встановлено, що пріоритетними напрямками зростання доходності ПрАТ «Київстар» є застосування стратегії диверсифікації та вдосконалення сучасних підходів в організації комплексу маркетингових стратегій, зокрема, товарних та цінових.

Здійснено економічне моделювання оцінки доходності діяльності ПрАТ «Київстар» за допомогою кореляційно-регресійного аналізу, в результаті якого визначено, що найбільший вплив на рівень чистого доходу ПрАТ «Київстар» чинить показник рівня адміністративних витрат у їх прямій залежності та рівень фінансових витрат – обернена залежність.

Розглянуто та узагальнено ключові напрямки зростання доходності ПрАТ «Київстар» на основі визначених галузевих та кон'юнктурних проблем діяльності ПрАТ «Київстар», які вирішальним чином впливають на рівень доходності даної корпорації. Ключовими напрямками зростання доходності ПрАТ «Київстар» визначено техніко-технологічний, маркетинговий, інтелектуально-кадровий, фінансовий, інформаційно-комунікативний та організаційний; та надано стислий перелік потенційних заходів, які можуть бути реалізовані на ПрАТ «Київстар» з метою нарощення рівня доходності.

У якості основних заходів щодо підвищення доходності ПрАТ «Київстар» було запропоновано впровадження нового напрямку діяльності – надання послуг перевезення «Стар-Авто» та введення нової послуги «Конс'єрж-сервісу» (з метою розширення поточного асортиментного переліку послуг нового напрямку діяльності ПрАТ «Київстар» «Смарт-Гроші»), представлено ґрунтовне обґрунтування їх економічної ефективності та доцільності впровадження на ПрАТ «Київстар».

Проведено розрахунок витрат на реалізацію запропонованих заходів зі зростання доходності ПрАТ «Київстар», в результаті яких можна констатувати, що вартість впровадження послуги «Конс'єрж-сервісу» оцінюється у близько 5 380 тис. грн., а очікувані витрати на впровадження та функціонування «Стар-Авто» були розраховані на рівні 101 711 тис. грн.

Проведено оцінку соціально-економічної ефективності запропонованих заходів зі зростання доходності ПрАТ «Київстар» в ході якої підтверджена їх висока економічна ефективність про що свідчать відповідні ріст рівня чистого доходу та позитивні показники ефективності інвестицій.

Підсумовуючи, можна дати ствердний висновок, щодо високого рівня економічної ефективності розроблених у рамках даної дипломної роботи заходів, практична імплементація яких дозволить підприємству у короткі проміжки часу наростити власні показники доходності та загальної економічної ефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов: Пер. с англ. М.: Наука, 1993.
2. Климко Г.Н. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник / Г.Н. Климко, В.П. Нестеренко, Л.О. Каніщенко та ін.; за ред. Г.Н. Климка, В.П. Нестеренка. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Вища шк. – Знання, 1997. – 743 с.
3. Полянко В.В. Стратегія управління доходами торговельних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг» / В. В. Полянко. – Київ, 2002. – 19 с.
4. Камінська Т. Г. Взаємозв'язок доходів і витрат як категорій оціночних характеристик руху капіталу в обліку. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. №154. С. 170-178.
5. Королькевич В. А., Королькевич В. Ф. Англо-русский бизнессловарь. М.: Юристъ, 2000. 849 с.
6. Економічна енциклопедія. У трьох томах. – Т. 1 / за ред. С.В. Мочерного та ін. – К. : Вид. центр "Академія", 2002. – 863 с.
7. Коноплицкий В. А., Филина А. И. Маркетинг, рынок, финансы. Терминологический словарь-справочник. К.: Имэкс, 1992. 184 с.
8. Карпенко Д. В. Облікова інтерпретація класифікації доходів підприємств ресторанного господарства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. №6. С. 278–284.
9. Стефанович Н., Костенко О. Підходи щодо сутності і класифікації доходів. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2014. №2. С. 120–123.
10. Подолянчук О.А. Облік доходів сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз

та аудит (за видами економічної діяльності)» / О.А. Подолянчук. – К., 2009. – 21 с.

11. Подолянчук О.А. Облік доходів сільськогосподарських підприємств: теорія та практика: моногр. Вінниця: ПП “ТД – Едельвейс і К”, 2010. 276 с.

12. Шмиголь Н.М. Класифікація і групування доходів підприємств з метою управління їх формуванням. *Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Економічні науки*. 2009. №4. С. 144–150.

13. Максименко Л. С. Сущность экономической категории «доходы» и критерии их признания . *Состояние и перспективы развитие бухгалтерского учета и контроля в современных концепциях управления*. 2019. С. 74–76.

14. Фаріон В. Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств. *Інноваційна економіка*. 2013. №10. С. 27–33.

15. Михайловская А. В. Оценка рентабельности как основного показателя доходности. *Новая наука: финансово - экономические основы*. 2017. №3. С. 156–159.

16. Киевстар. ЛигаДосьє. 2019. URL: <https://file.liga.net/companies/kyivstar> (дата звернення: 24.02.2020).

17. Приватне акціонерне товариство "Київстар". Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. 2019. URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/21673832> (дата звернення: 24.02.2020).

18. Організаційна структура компанії. ПрАТ «Київстар». 2019. URL: <https://kyivstar.ua/uk/career/company-structure> (дата звернення: 25.02.2020).

19. Фінансова й аналітична інформація. ПрАТ «Київстар». 2019. URL: <https://kyivstar.ua/uk/about/about/partners> (дата звернення: 25.02.2020).

20. Жінки та чоловіки на керівних посадах в Україні. Програма розвитку ООН в Україні. 2017. URL: http://www.un.org.ua/images/documents/4531/Women_and_Men_in-Leadership_Position.pdf (дата звернення: 25.02.2020).

21. Бунт кнопок. 30 лучших работодателей Украины — рейтинг Фокуса. ФОКУС. 2019. URL: https://focus.ua/rating/archive/2019/bunt_knopok (дата звернення: 27.02.2020).
22. Якість «Київстар». ПрАТ «Київстар». 2019. URL: https://kyivstar.ua/uk/about/about/quality/quality_levels/2019 (дата звернення: 27.02.2020).
23. Жизнь между двух гигантов. Почему lifecell теряет долю рынка. ЛигаTech. 2019. URL: <https://tech.liga.net/telecom/article/jizn-mejdu-dvuh-gigantov-pochemu-lifecell-teryayet-dolyu-rynka> (дата звернення: 28.02.2020).
24. Київстар сьогодні. ПрАТ «Київстар». 2019. URL: https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today (дата звернення: 24.02.2020).
25. Круш П. В., Погребняк А. Ю., Голуб М. О. Аналіз ринку телекомунікаційних послуг України. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2019. №. 24. С. 25-30.
26. VIP-обслуговування. ПриватБанк. 2020. URL: <https://privatbank.ua/ru/vip/platinum> (дата звернення: 20.03.2020).
27. Особливий статус. Бізнес журнал. 2019. URL: <https://business.ua/finances/7089-osoblivij-status> (дата звернення: 20.03.2020).
28. Київстар Смарт-гроші. ПрАТ «Київстар». 2019. URL: <https://money.kyivstar.ua/> (дата звернення: 20.03.2020).
29. Офіційний сайт сервісу Uber. Uber Technologies Inc. 2020. URL: <https://www.uber.com/ua/uk/about/> (дата звернення: 16.05.2020).
30. Офіційний сайт сервісу Uklon. UKLON.UA. 2020. URL: <https://ssl.uklon.com.ua/> (дата звернення: 16.05.2020).
31. Офіційний сайт сервісу Bolt. Bolt Technology OÜ. 2020. URL: <https://bolt.eu/ru/> (дата звернення: 16.05.2020).
32. Какие показатели имеет рынок такси в Киеве. Оценки операторов. Інформаційно-аналітична група «Авто Консалтинг». 2019. URL: <http://autoconsulting.ua/article.php?sid=44397> (дата звернення: 16.05.2020).

33. Круш П. В. Економіка підприємства: [навч. посіб.]. – К.: Ельга-Н, КНТ. 2007.
34. Круш П. В. Основи економічної теорії: [навч. посіб.]. – За заг. ред. ПВ Круша, ВІ Депутат, СО Тульчинської – К.: Каравела. 2008.
35. Круш П. В, Якименко Р. А. Методики оцінки фінансової діяльності підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2015. С. 271-276
36. Круш П. В. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства: собівартість, прибуток: [навч. посіб.]. – Круш ПВ, Клименко ОВ, Подвігіна ВІ–К.: НТУУ «КПІ». 2012.
37. Коляденко І. І., Кавтиш О. П. Аналіз ділової активності підприємства як основа підвищення ефективності його діяльності. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. №. 20. 2017. С. 248-256.
38. Хоменко Т. Ю., Погребняк А. Ю. Система показників оцінки платоспроможності підприємств. 2013.
39. Погребняк А. Ю., Кушик І. Л. АНАЛІЗ МЕТОДИК ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. №. 16. 2015. С. 129-136.
40. Круш П. В., Тульчинська С. О., Тульчинський Р.В. Внутрішній економічний механізм підприємства : [навч. посіб.]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. 206 с.
41. Круш П. В., Голуб М. О. Сучасні проблеми підвищення доходності компаній-операторів мобільного зв'язку у галузі телекомунікацій. *Формування ефективних механізмів управління в умовах трансформації соціально-економічних систем. Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*. 2020. С. 186-188.
42. Красношарпа В. В., Голуб М. О. Економічні аспекти організації системи стратегічного управління дохідністю підприємства. *Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції*. 2020. С. 30-31.