

Звіт подібності

метадані

Назва організації

National University of Water and Environmental Engineering

Заголовок

R.O. Golysh Pricing and its impact on the financial activities of an enterprise (on the example of the Limited Liability Company «Nova Poshta»).docx

Автор

Науковий керівник / Експерт

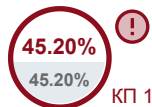
Голиш Роман ОлександровичГолиш Роман Олександрович

підрозділ

National University of Water and Environmental Engineering

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

**25**

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

15429

Кількість слів

116293

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		34
Інтервали		0
Мікропробіли		34
Білі знаки		1
Парафрази (SmartMarks)		545

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://novaposhta.ua/istoriya_kompanii	258 1.67 %
2	https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%202023.pdf	247 1.60 %

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра фінансів та економічної безпеки

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему:

«Ціноутворення та його вплив на фінансову діяльність підприємства (на прикладі Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова пошта»)»

Виконав:

студент 5 курсу, групи 1
спеціальності 072 «Фінанси,
банківська справа та страхування»
заочної форми навчання
Голиш Роман Олександрович

Керівниця:

к.е.н., доцентка кафедри фінансів та
економічної безпеки
Шило Жанна Степанівна

Рецензент:

д.е.н., професор кафедри фінансів та
економічної безпеки
Мельник Леонід Васильович

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему: «Ціноутворення та його вплив на фінансову діяльність підприємства (на прикладі Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова пошта»)» / Р.О. Голиш – Рівне: НУВГП, 2025. – 92 с.

Розроблена кваліфікаційна робота висвітлює напрями вдосконалення фінансової діяльності підприємства в системі ціноутворення в умовах економічних перетворень в державі. У роботі розкриті організаційні аспекти ціноутворення та його роль у системі управління підприємством, визначена методологія формування ціни на продукцію і цінові показники, які впливають на фінансову діяльність підприємства, а також методики їх дослідження. Проаналізовано методологію розрахунку показників фінансово-господарської діяльності товариства з надання логістичних послуг, що забезпечують його стабільний фінансовий стан. Основна частина кваліфікаційної роботи присвячена дослідженню виробничо-господарської діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова пошта». На основі проведеного структурно-динамічного та параметричного аналізу визначені напрями вдосконалення фінансового стану підприємства з врахуванням сучасних умов діяльності.

Ключові слова: ціноутворення, бюджетування, фінансовий стан, фінансова стійкість, ефективність, структурно-динамічний аналіз, собівартість, фондovіддача, фінансово-господарська діяльність, логістична компанія.

ANNOTATION

Qualification work on the topic: «Pricing and its impact on the financial activities of an enterprise (on the example of the Limited Liability Company «Nova Poshta»)» / R.O. Golysh – Rivne: NUVGP, 2025. – 92 p.

The developed qualification work highlights the directions of improving the financial activity of the enterprise in the pricing system in the conditions of economic transformations in the state. The work reveals the organizational aspects of pricing and its role in the enterprise management system, determines the methodology for forming product prices and price indicators that affect the financial activity of the enterprise, as well as the methods of their research. The methodology for calculating the indicators of the financial and economic activity of the company providing logistics services that ensure its stable financial condition is analyzed. The main part of the qualification work is devoted to the study of the production and economic activity of the Limited Liability Company "Nova Poshta". Based on the structural-dynamic and parametric analysis, the directions of improving the financial condition of the enterprise are determined, taking into account modern operating conditions.

Key words: pricing, budgeting, financial condition, financial stability, efficiency, structural and dynamic analysis, cost, return on assets, financial and economic activity, logistics company.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	9
1.1. Організаційні аспекти ціноутворення та його роль у системі управління підприємством.....	9
1.2. Визначення методичного інструментарію ціноутворення та його впливу на фінансову діяльність підприємства.....	19
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «НОВА ПОШТА».....	25
2.1. Економіко-організаційна характеристика підприємства.....	25
2.2. Структурно-динамічний та прогнозний аналіз фінансового стану підприємства.....	39
2.3. Параметричний та факторний аналіз показників фінансового стану підприємства.....	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «НОВА ПОШТА».....	63
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	87
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

В сучасних умовах господарювання ціна і ціноутворення є фундаментальними елементами будь-якої економічної системи. Ціна є однією з найскладніших і універсальних економічних категорій, у який перетинаються майже всі складові функціонування й розвитку економіки, суспільства в цілому.

Процеси ціноутворення відбивають відносини виробництва і реалізації товарів, розподілу та використання ВВП і національного доходу, формування вартості; суттєво впливають на ефективність підприємницької діяльності через участь у формуванні прибутку [1].

Стосовно діяльності підприємства, то йогої цінова політика є важливою складовою конкурентної стратегії. Як свідчить практика, жодне підприємство, незалежно від його позицій на ринку, не може собі дозволити встановлювати ціни без аналізу можливих соціально-економічних наслідків. На макрорівні зміни цін також сполучаються із соціальними, економічними, політичними зрушеннями, тому в глибокому аналізі закономірностей і тенденцій їх зміни зацікавлене усе суспільство.

Глобальна фінансово-економічна криза підтвердила необхідність з'ясування мікроекономічних засад загальної економічної рівноваги. Вищезазначене актуалізує потребу ґрунтовного дослідження процесів ціноутворення як передумови фінансової стійкості підприємства.

Постійний розвиток економіки в Україні вимагає розробки та застосування нових підходів в управлінні підприємствами та умов їх функціонування на ринку. Для того, щоб вижити підприємствам, необхідно правильно визначати свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності діяльності, збільшення вартості підприємства, підвищенні добробуту акціонерів і власників бізнесу, максимізації фінансового результату діяльності, мінімізації збитків, забезпечення довгострокової ліквідності та платоспроможності.

Недосконалість процесу стратегічного фінансового планування та прийняття економічно необґрунтованих стратегічних рішень призводить до таких явищ, як розрив господарських зв'язків, взаємне порушення платіжної дисципліни, зниження темпів розширення діяльності підприємства. Від якості встановлених цін на продукцію залежить здатність підприємства ефективно використовувати фінансові ресурси та реалізовувати свій економічний потенціал. З огляду на це, проблема розробки ефективної методики ціноутворення на сучасних логістичних підприємствах є досить важливою та актуальною.

Ефективність фінансової діяльності підприємств визначається рівнем їх фінансово-економічного потенціалу та якістю управлінських процесів, які значною мірою залежать від організації системи ціноутворення в умовах запровадження військового стану.

Проблемами ціноутворення та його впливу на управління фінансовим станом підприємства приділяли увагу: І.В. Несторишен, досліджуючи проблеми ціноутворення в умовах ринку; Л. Круковська, аналізуючи теоретико-практичні аспекти регулювання цін, А.Г. Пенцова, розглядаючи теоретичні аспекти і методи ціноутворення.

Формування нового підходу до розуміння ціни як основного засобу планування і регулювання діяльності підприємства найбільш повно висвітлено у дослідженнях О. Орлова і Є. Стоянової. Теоретичні засади ціноутворення в цілому містять роботи Ж.Ламбена, А. Романова, С. Гаркавенко, Є. Рогатенко; практичні аспекти аналізують С.Глазьев, С.Ситорян, М.Коробейник.

Проте проблема впливу цінової політики підприємства на його фінансову стійкість, що за умов економічної нестабільності та глобальних викликів набуває особливого значення, залишається недостатньо дослідженою в науковому просторі, і це визначило основний напрямок нашого наукового дослідження.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження сутності і впливу ціноутворення на діагностику фінансової діяльності підприємства та визначення методик його оцінки, систематизовані проблеми цінової політики та основні аспекти формування управлінських рішень щодо встановлення цін з метою покращення фінансово-економічної діяльності, здійснено прогнозування основних фінансових показників та обґрунтування напрямів покращення фінансової діяльності на прикладі Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта».

В процесі дослідження необхідно вирішити такі завдання:

- визначити суть, значення та роль ціноутворення у системі стратегічного управління підприємством;
- охарактеризувати методи ціноутворення та їх вплив на діагностику фінансового стану підприємства в умовах воєнного стану;
- проаналізувати основні фактори, що впливають на формування цін, включаючи внутрішні та зовнішні ризикові фактори;
- розглянути методологію розрахунку показників фінансово-господарської діяльності та методичні підходи до оцінки фінансового стану підприємства;
- здійснити економіко-організаційну характеристику підприємства логістичного напрямку;
- провести структурно-динамічний та прогнозний аналіз фінансової діяльності підприємства;
- здійснити параметричний та факторний аналіз фінансових показників діяльності підприємства;
- визначити шляхи підвищення економічної ефективності та покращення фінансової діяльності підприємства на перспективу.

Об'єктом дослідження є основні напрями діагностики та прогнозування фінансової діяльності в умовах воєнного стану Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта».

Предметом наукового дослідження виступають теоретико-методологічні та практичні рекомендації щодо оцінки і аналізу основних показників діяльності підприємства та цінової політики, як складової системи впливу на управління фінансовим станом Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта».

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в наступному:

- визначена сутність, значення ціноутворення та його необхідність в системі прийняття фінансових рішень;
- запропоновано вдосконалення методів ціноутворення в управлінні фінансовою діяльністю підприємства та методик його дослідження на підприємствах логістичного напрямку;
- запропоновано шляхи підвищення фінансово-економічної ефективності діяльності підприємства в умовах військової агресії.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи є наступні документи: статут Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта», матеріали монографій, навчальних посібників, періодичних видань та фінансова та статистична звітність за 2022-2024 роки.

Методологічною основою проведення нашого дослідження є діалектичний метод пізнання, який забезпечує аналіз фінансових явищ та процесів у їх розвитку, взаємозв'язку та взаємозалежності. В ході дослідження ми також використали такі методи дослідження: статистичні, математичні, методи аналізу та синтезу. Для забезпечення досягнення поставленої мети в бакалаврській роботі використовувались наступні методи: порівняння показників при здійсненні структурно-динамічного аналізу, обчисленні величини відхилень за роками та побудові порівняльних аналітичних таблиць і рисунків.

Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг роботи становить 92 сторінки, включаючи 15 таблиць, 10 рисунків, 12 діаграм та графіків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Організаційні аспекти ціноутворення та його роль у системі управління підприємством

Сучасні економічні відносини відзначаються високою динамічністю, що створює певні труднощі для виробничих підприємств, які змушені постійно адаптуватися до мінливих умов та впроваджувати нові, більш гнучкі та адаптивні методи ціноутворення. У конкурентному середовищі підприємствам необхідно активно адаптуватися, звертаючи особливу увагу на аналіз проблемних ситуацій, проведення маркетингових досліджень і порівняння стратегії управління з потребами ринку. Також необхідно більш широко використовувати сценарний підхід у калькулюванні собівартості і формуванні цін на продукцію. Недостатність нормативного та методичного базису у ціновій політиці разом з економічною нестабільністю і ризиком на ринковому середовищі створюють складнощі в формуванні цінової політики.

Сучасні підприємства стикаються з низкою складних питань, пов'язаних з ціноутворенням, які потребують ретельного аналізу та виважених рішень:

- визначення оптимального рівня цін – це потребує врахування як витрат (собівартості, накладних витрат), бажаного прибутку, так і аналізу ринку (цін конкурентів, попиту на послуги, цінової еластичності) та стратегічних цілей (максимізація прибутку, збільшення частки ринку, збереження клієнтів);
- диференціація цін – цінова політика може варіюватися залежно від типу продукту, якості та сегмента ринку;
- врахування конкурентного середовища – ретельний аналіз цін та стратегій конкурентів допомагає знайти свою нішу на ринку;
- впровадження нових методів ціноутворення – ціноутворення на основі цінності (визначення цінності послуг для клієнтів) та на основі витрат (калькуляція собівартості, встановлення маржі) може бути доповнено

динамічним ціноутворенням, яке використовує алгоритми машинного навчання для зміни цін залежно від попиту;

- вплив зовнішніх факторів – економічна (інфляція, валютні курси, безробіття) та політична (державне регулювання, санкції, військові дії) ситуація суттєво впливає на ціноутворення;

- оцінка ефективності цінової політики – аналіз рентабельності (рівень прибутку, окупність інвестицій), частки ринку (динаміка, порівняння з конкурентами) та задоволеності клієнтів (відгуки, лояльність), дає уявлення про успішність цінової стратегії;

- управління ризиками – розробка антикризових стратегій, співпраця з конкурентами, програми лояльності для клієнтів, формування резервних фондів та страхування ризиків допомагають мінімізувати вплив непередбачуваних факторів.

В умовах вітчизняного ринку цінова політика підприємств потребує більш глибокого методологічного обґрунтування з урахуванням обставин тривалої трансформаційної кризи [2]. В загальному розумінні процеси ціноутворення мають органічно поєднувати економічні й соціальні аспекти суспільної життєдіяльності, тобто спиратися на комплексний методологічний підхід до формування вартості і ціни товару, за яким вартість обумовлюється рівнем суспільно необхідних витрат праці, які, у свою чергу, формуються з урахуванням співвідношень попиту та пропозиції. При цьому економічні і соціальні чинники ціноутворення взаємодоповнюють та взаємно обмежують один одного. З точки зору прикладної реалізації цінова політика є складовою маркетингової та операційної діяльності, проте у світі останнім часом все більшого поширення набуває процес стратегічного ціноутворення з урахуванням стратегічного позиціонування діяльності підприємства на ринку (особливий внесок у розвиток цієї концепції зробили Р. Бейкер, Дж.Дейлі, С.Майєрс, К.Монро та ін. [4]).

Оснoву цінової політики (pricing policy) складає процес встановлення та зміни ціни. В економічній літературі існує декілька підходів до визначення сутності цінової політики. Так, цінова політика розглядається як:

- ринкова політика виробників щодо визначення та варіювання цін на товари [24];
- стратегія виробника зі зміни рівня ціни з урахуванням динаміки пропозиції та попиту [30];
- комплекс заходів, пов'язаних з процесом ціноутворення на підприємстві та зорієнтованих на максимальне задоволення потреб покупців і одержання бажаного прибутку від реалізації продукції на ринку [31];
- діяльність зі встановлення, підтримки і змінення цін на товари, послуги та здійснювані роботи, що реалізується у руслі загальної стратегії фірми і спрямована на досягнення її цілей і завдань [35];

В цілому ж дослідники зазначають, що цінова політика завжди має бути спрямована на покриття витрат та отримання «нормального», а краще – максимального прибутку [37].

Цінова політика підприємства виконує наступні функції:

- є одним з основних інструментів конкурентної боротьби через забезпечення достатнього рівня прибутку (навіть в умовах зростання ролі нецінового суперництва ціна залишається його важливішим інструментом, оскільки безпосередньо впливає на рівень продажів і відповідно, обсяг товарообігу [57]);
- є складовим елементом маркетингової діяльності, що опосередковує ринкову стратегію підприємства через поєднання стратегічного і тактичного інструментарію – стратегії позиціонування продукту на ринку та методики визначення форм цінової дискримінації [1];
- впливає на формування попиту на продукцію підприємства та є головною передумовою процесу реалізації продукції (в ідеалі, загальна політика підприємства має бути спрямована на задоволення конкретних потреб людини).

Але в разі коливань споживчого попиту вона через розробку тактичних заходів (включаючи систему цінових знижок і нецінових заохочень покупців) здатна дієво корегувати споживчі настрої); є підґрунтям прибутковості, а отже, фінансового благополуччя підприємницької діяльності (ціна повинна встановлюватися на такому рівні, який одночасно задовольняє потреби покупців і сприяє отриманню запланованого прибутку та вирішенню інших стратегічних й оперативних завдань підприємства [11]).

Розглянемо на яких принципах базується цінова політика підприємства:

1. Забезпечення відповідності напрямів і змісту цінової політики напрямам і змісту економічної політики підприємства загалом. Цінова політика є складовою загальної економічної політики підприємства, тому мета та завдання їх мають бути однакові, причому цінова політика залежить від економічної політики підприємства. Крім того, цінова політика має доповнювати і конкретизувати економічну політику підприємства з урахуванням насамперед життєвого циклу товару та підприємства.

2. Цінова політика має формуватись з урахуванням кон'юнктури ринку відповідних товарів і змін, що відбуваються. Це дає змогу визначити відповідний сегмент ринку, на якому діє виробник, характер зміни цього сегмента та цін, що йому відповідають.

3. Цінова політика має розроблятись виходячи з видів і форм збуту, кількості каналів збуту, форми реалізації товарів кінцевим споживачам. При різних формах і напрямках реалізації цінової політики потрібно враховувати як споживачів (оптових посередників, роздрібні торговельні підприємства, населення), так і форми розрахунку за товар (попередня оплата, кінцева оплата, надання товарного кредиту), а також якість виробу.

4. Гнучкість політики ціноутворення. В умовах насиченості ринку, особливо споживчих товарів, виробник повинен швидко реагувати на зміни кон'юнктури ринку. Досягається застосуванням різних знижок з ціни товару для різних споживачів. А це, у свою чергу, дає змогу знижувати ціну й підвищувати її стимулюючу роль в умовах ринкової економіки.

5. Розробка цінової політики залежно від якості товару та ступеня його новизни для споживача. Це досягається використанням нових технологій, нового обладнання. Але при цьому слід ураховувати об'єктивні причини, що призвели до збільшення собівартості та витрат виробництва; зазначимо, що загальна тенденція має розвиватися в бік зменшення ціни.

6 . Урахування різних чинників, передусім зовнішніх, що не залежать від підприємства і впливають на його цінову політику. У цьому разі важливо визначити ці чинники і спрогнозувати їх зміни в майбутньому.

Оскільки цінова політика передбачає координацію дій з досягнення стратегічних і короткострокових цілей підприємства, то керівництво реалізує її, розв'язуючи такі інтегровані питання, як: взаємозв'язок цін товарів і послуг в межах існуючої номенклатури, сполучення цінових знижок і націнок, співставлення та співвідношення цін з цінами конкурентів, вибір методу встановлення цін на нові товари. При цьому ціна, опосередковуючи процес купівлі-продажу товарів, балансує інтереси виробника і споживача, тобто відіграє подвійну роль – виступає індикатором кон'юнктури і маркетинговим регулятором ринку [6].

Окрім визначення рівня витрат, цінова політика діагностує й відбиває платоспроможну здатність покупця, вплив зміни ціни на продажі, характер конкуренції в окремих сегментах ринку, ціновий поріг беззбитковості, вплив додаткових послуг на реалізацію товарів тощо [30].

Формування цінової політики повинне проводитися з дотриманням чинного в країні законодавства [26]. За допомогою аналізу різних методів ціноутворення встановлюють конкретну ціну в залежності від певних обставин або поставлених цілей.

Для прийняття остаточного рішення менеджер має розглянути всі запропоновані варіанти розрахунку цін. У процесі встановлення ціни продукції підприємство повинне чітко визначити цілі, які воно хоче досягти. Чим ясніше уявлення про них, тим легше встановлювати ціну продукції.

Основними цілями цінової політики можуть бути:

- *Самовідтворення та захист фірми.* Ця мета є найпершою для фірми; вона актуалізується у разі загострення конкуренція або непередбаченої зміни політики конкурентів. Її досягнення передбачає реалізацію системи економічних і організаційних заходів, що забезпечують швидку й гнучку адаптацію підприємства до зміни ринкової кон'юнктури. Коли проблема виживання стає важливішою за отримання прибутку, підприємство завдається до цінових поступок з метою скорочення залишків продукції і відшкодування витрат; ціна при цьому може знижуватися доти, поки грошові надходження здатні покривати частину постійних і змінних витрат виробництва [34].

- *Утримання ринку.* Ця мета є основною, коли підприємство працює в умовах жорсткої конкуренції і на ринку діють багато виробників аналогічної продукції.

- *Максимізація поточного прибутку та підвищення рівня рентабельності.* Вона є доцільною в короткостроковому періоді, за умов, коли підприємство не враховує можливі зміни поведінки конкурентів і заходи держави щодо регулювання ринку.

- *Збільшення частки ринку (зростання обсягів продаж) за рахунок встановлення більш низьких (порівняно з існуючими) цін проникнення.* Реалізація зазначеної мети ймовірна, якщо ринковий попит є еластичним за ціною; фірма в змозі скоротити власні витрати і забезпечити збут зростаючих обсягів продукції; ємність ринку є достатньою, а зниження ціни з порозумінням буде сприйнято конкурентами.

- *Завоювання цінового лідерства на ринку.* Таку мету переслідують, як правило, великі підприємства, які перехоплюють у конкурентів лідируючі позиції щодо встановлення рівня ціни на певну товарну «лінійку».

- *Завоювання лідерства за показником «якість продукції».* В цьому випадку виробник орієнтується на певний сегмент споживачів, які надають переваги надзвичайно якісній та недешевій продукції.

- Політика «зняття вершків», яка зазвичай використовується при розробці та пропонуванні принципово нової продукції.

- Короткострокове збільшення обсягів збуту продукції, що спрямована не на досягнення ефекту масштабу (зниження витрат на одиницю продукції).

Маніпулюючи структурою (співвідношенням постійних і змінних) витрат, підприємство нарощує обсяги збуту продукції через встановлення мінімально прийнятних цін. Проте така політика є ризикованою до того, що може спровокувати цінову війну [10].

Нами були визначені основні цілі цінової політики підприємства вивчаючи підходи різних авторів (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Наукові підходи до визначення цілей цінової політики

Автор	Визначення цілей цінової політики
Ф. Котлер	забезпечення виживання; максимізація поточного прибутку; задоволення лідерства з показників частки ринку; завоювання лідерства з показників якості товару.
Ф. Хоскінг	максимізація прибутку; закріплення рівня продажу (частки ринку); збільшення обсягу збуту (частки ринку); досягнення стабільності; швидке відшкодування витрат; підвищення престижу; іміджу; перемога у конкурентній боротьбі.
А.П. Дурович	максимізація поточного прибутку; виживання; лідерство на ринку; лідерство щодо якості товарів.
В.П. Градов	вихід на новий ринок; введення нового товару; захист позицій; послідовне проходження по сегментах ринку; швидке відшкодування витрат; задоволення відшкодування витрат; стимулювання комплексного продажу; цінова дискримінація; слідування за лідером.
М.П. Афанасьєва	виживання фірми; максимізація прибутку; стабілізація частки ринку.
Дж.Р. Еванс, Б. Берман	засновані на збуті; засновані на прибутку; засновані на існуючому положенні.
В.Г. Герасимчук	прибуток від капіталовкладень; обсяг збуту і частка ринку; бажаний рівень ціни і стабільність прибутку; відповідність вимогам конкуренції.
А.Н. Романов	забезпечення збуту (виживання); максимізація прибутку; удержання ринку.
Е.А. Уткін	забезпечення існування фірми на ринках; максимізація прибутку; максимізація розширеного обігу; оптимальне збільшення збуту; лідерство відносно якості.
В.П. Благоев	продаж за будь-якою ціною; збільшення ринкової частки; максимальний прибуток у короткостроковому плані; підтримка максимального прибутку в довгостроковому плані; вихід на ринок; стимулювання попиту на новий для ринку продукт; обмеження попиту.

Основні етапи визначення ціни на продукцію на підприємстві:

- оперативна інформація щодо змінних витрат надходить від структурних підрозділів підприємства;
- інформація про постійні витрати надається бухгалтерією підприємства;
- на основі аналізу отриманої інформації визначається ціна на конкретний вид готової продукції;
- здійснюється оцінка потенційної рентабельності при зміні ціни, враховуючи як максимальний, так і мінімальний варіанти цін. Перегляд цін на продукцію необхідно проводити під час кожного відпуску, оскільки будь-яке затримання може призвести до втрати доходів;
- після ретельного аналізу впливу внутрішніх і зовнішніх факторів встановлюється оптимальна ціна на продукцію. Економічна нестабільність значно посилює ризики в обох середовищах. Непідтверджена ціна може призвести до зменшення обсягу продажів, втрати ринкової позиції і, в результаті, недосягнення запланованого прибутку. Використання методів аналізу ризиків дозволяє підприємствам мінімізувати ймовірність негативних наслідків при формуванні цінової стратегії;
- управлінським рішенням встановлюється ціна для конкретної партії продукції.

Наведемо основні етапи формування цінової політики на підприємствах, які були розглянуті провідними науковцями (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Наукові підходи до визначення етапів формування цінової політики

Автор	Етапи формування цінової політики
І.Ф. Бланк	- вибір цілей формування цінової політики; - оцінка рівня торгівельної надбавки; - оцінка споживчого рівня; - диференціація цінової політики у розрізі товарних груп з урахуванням можливостей ринку і рівня поточних витрат підприємства; - вибір моделі розрахунку рівня торгівельної надбавки; - формування механізму своєчасного корегування рівня торгівельної надбавки.

Продовження таблиці 1.2

М.П. Афанасьєв	- визначення задачі; - визначення попиту; - розрахунок витрат; - аналіз цін і товарів конкурентів; - вибір методу ціноутворення ; - встановлення варіанту остаточної ціни; - встановлення остаточної ціни; - корегування ціни товару.
Ф. Котлер К. Ховард Е.А. Уткін Н.Е. Васильєва Л.І. Козлова В.Г. Герасимчук С.С. Гаркавенко	- визначення задач ціноутворення; - визначення попиту; - оцінка витрат; - аналіз цін і товарів конкурентів; - вибір методу ціноутворення; - встановлення остаточної ціни
В.В. Сергіїв	- встановлення цілі (задачі) ціноутворення; - визначення рівня попиту; - оцінка витрат і ступеня регулювання цін; - аналіз цін і товарів конкурентів; - вибір методу ціноутворення; - розрахунок початкової ціни; - урахування впливу на ціну додаткових факторів; - встановлення остаточної цін

Розглянемо основні етапи ціноутворення, враховуючи зовнішній та внутрішній вплив на процес виробництва продукції.

1. Визначення мети цінової політики:

- здобуття провідної позиції серед конкурентів,
- досягнення максимального поточного прибутку та оптимізація витрат на виробництво.

2. Аналіз попиту та оцінка його гнучкості:

Аналіз факторів, які впливають на визначення ціни:

Зовнішній вплив:

- валютний курс,
- рівень інфляції,
- фінансово-кредитні відносини,
- платоспроможність населення,
- кон'юнктура ринку,
- рівень конкуренції,

- попит на аналогічну продукцію,
- регулювання державної економіки,
- державна цінова політика,
- система оподаткування,
- антимонопольна та митна політика.

Внутрішній вплив:

- витрати,
- масштаб виробничих потужностей,
- кількість виробничих підрозділів,
- характеристики продукції,
- собівартість виробництва,
- фінансовий стан,
- кількість та характеристики каналів розподілу продукції,
- життєвий цикл підприємства та продукції.

3. Аналіз та збір інформації:

- визначення факторів, які впливають на ціноутворення,
- прогнозування потенційної поведінки конкурентів,
- сегментування ринку для кращого розуміння споживачів та їх потреб,
- оцінка витрат, необхідних для виробництва продукції,
- аналіз фінансового стану підприємства з метою прийняття

обґрунтованих управлінських рішень.

4. Вибір методу ціноутворення:

- розробка формули для визначення ціни,
- виявлення шляхів коригування ціни.

5. Приймання стратегії ціноутворення:

- встановлення кінцевої ціни,
- обґрунтування і випробування цінової стратегії на ринку,
- контроль за цінами.

Отже, у сучасних умовах господарювання, отримання кількісної оцінки змін у системі стратегічного управління стійким розвитком підприємства є

досить складним завданням через необхідність урахування багатьох факторів і складових, фахівці зазначають якісний прояв позитивних результатів впровадження нових методів цінової політики, яка впливає на: підвищення ступеня адаптації підприємства до швидкозмінних ринкових умов; зростання ступеня інтеграції підрозділів у процеси управління; зростання швидкості реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищах з метою досягнення встановлених цілей; покращення функціонування системи планування фінансової діяльності з метою підвищення ефективності перерозподілу фінансових ресурсів підприємства; своєчасність отримання точної інформації, необхідної для прийняття фінансових управлінських рішень.

1.2. Визначення методичного інструментарію ціноутворення та його впливу на фінансову діяльність підприємства

Використання інструментарію фінансової діагностики дозволяє визначити мінімально необхідну потребу фінансових ресурсів, яка кількісно дорівнює обсягу фінансових ресурсів, що є достатньою для покриття постійних витрат та поточних фінансових зобов'язань як для окремого підприємства, так і для їх сукупності, в тому числі і для галузевого групування на макrorівні .

Система ціноутворення використовує значну кількість методів для проведення фінансової діагностики підприємства.

В сучасній практиці дослідження фінансової діяльності підприємств використовується різний методичний інструментарій ціноутворення, який базуються на широкій різноманітності методів ціноутворення.

Зокрема слід виділити наступні:

- 1) витратні методи ціноутворення;
- 2) методи, що спираються на попит продукції;
- 3) методи з орієнтацією на конкуренцію.

Як правило, більшість підприємств здійснюють процес ціноутворення з орієнтацією на окупність витрат. Сутність витратних методів полягає у

додаванні до виробничих витрат очікуваного проценту прибутковості товару, а їхньою перевагою, на думку фахівців, є швидкість та відносна об'єктивність оцінки рівня витрат підприємства [6].

Наведемо основні витратні методи ціноутворення:

1. «Витрати плюс» – коли до величини витрат додається певна маржа. Зазвичай цей метод використовується на висококонкурентному ринку за умов відсутності у підприємства жодних конкурентних переваг. Його особливим випадком є метод мінімальних витрат, коли ціна встановлюється на мінімально можливому для підприємства рівні.

У цілому така політика не є оптимальною і зазвичай використовується у випадку цінової війни – для завоювання більшої частки ринку, проте вона є характерною для діяльності підприємства у довгостроковому періоді, коли всі види витрат є змінними, а крива середніх витрат є згладженою [7]. З іншого боку, застосування такого методу є виправданим, оскільки рішення про націнку приймається з урахуванням аналізу ринкового попиту в конкурентному середовищі.

2. Ціноутворення з урахуванням аналізу точки беззбитковості – що дозволяє підприємству розраховувати на отримання планового прибутку. Оскільки у точці беззбитковості дохід від продажів лише покриває витрати, а прибуток дорівнює нулю, то важливим інструментом аналізу є коефіцієнт покриття фіксованих витрат, який допомагає визначити частку обсягів продажів, необхідну для покриття фіксованих витрат і прибутків після вирахування змінних витрат.

Для підприємств, що пропонують значний асортимент товарів, коефіцієнт покриття має бути зваженими на частку надходжень від продажу кожного з видів товарів у загальному обсязі грошових доходів. Фахівці вважають, що за умов великої розбіжності коефіцієнтів покриття, реструктурування обсягів продажів може бути більш ефективним за реструктуризацію цін [7].

3. Метод надбавки – коли ціна закупівлі товарів (сировини) дисконтнується на визначений коефіцієнт прибутковості продажів, що відбиває

співвідношення очікуваних прибутків від продажів до середніх витрат на їх виробництво. Даний метод є виправданим для торгівельних підприємств-посередників.

4. Метод аналізу приросту витрат – передбачає аналіз співвідношення величини приросту сукупного доходу і витрат, які його викликали. При цьому необхідно ретельно відслідковувати динаміку витрат і доходів залежно від зміни певних управлінських рішень [10].

5. Метод ціноутворення на основі сприйняття цінності ґрунтується на сприйнятті цінності продукту споживачем, а не на його собівартості чи конкурентоспроможних цінах;

6. Метод ціноутворення з урахуванням ринкових цін передбачає визначення ціни на основі ринкової кон'юнктури.

Кожний з цих методів має свої переваги та обмеження, тому обрання моделі ціноутворення повинно бути обґрунтованим і відповідати стратегічним цілям та умовам діяльності підприємства.

Також розглянемо найбільш поширені методи ціноутворення, які використовуються у практичній діяльності сучасних підприємств для впливу на фінансову діяльність та проаналізуємо можливість їх застосування в сучасних українських реаліях.

До них відносять:

- Standard costing (СК);
- Direct costing (ДК);
- Абсорпшн-костинг (АК);
- Target costing (ТК);
- Kaizen costing (КК);
- ABC – costing;
- Кост-кілінг (Кк);
- Theory of constraints (ТОС)

Розглянемо їх зміст та можливості використання на підприємствах в сучасних умовах господарювання у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

**Класифікація методів ціноутворення для проведення фінансової
діагностики підприємства**

Назва методу	Зміст методу ціноутворення
Стандарт-костинг	Полягає у порівнянні фактичних витрат з нормативними із метою уникнення виникнення невинуватених витрат; у загальному вигляді процедуру стандарткостингу можна подати у вигляді такого алгоритму: попереднє нормування витрат за елементами та статтями витрат; складання нормативних калькуляцій; окремий облік нормативних витрат і відхилень; аналіз відхилень; уточнення калькуляцій при зміні норм.
Таргет-костинг	Метод управління витратами за цільовою собівартістю; передбачає розрахунок собівартості виробу з урахуванням попередньо встановленої ціни реалізації. Ця ціна визначається за допомогою маркетингових досліджень, тобто фактично є очікуваною ринковою ціною продукту.
Абсорпшн-костинг	Сутність якого передбачає, що собівартість продукції містить усі витрати взагалі з урахуванням накладних, тобто відсутнє розділення на постійні та змінні складові. Це дає можливість визначення фінансового результату, відображає покриття доходом від реалізації продукції не тільки прямих змінних витрат, а також і постійних накладних витрат. Підвищує обґрунтованість вибору додаткового замовлення.
Kaizen costing	Це процес поступового зниження витрат на етапі виробництва, у результаті якого може бути досягнений необхідний рівень собівартості задля забезпечення прибутковості виробництва. КК пропонується до впровадження паралельно з ТК. Обидві системи мають однакову мету – досягнення цільової собівартості, але ТК це робить на етапі проектування нового продукту/послуги, а КК – на етапі виробництва.
ABC – costing (Activity Based Costing)	Диференційований метод обліку собівартості, що передбачає облік витрат за функціями (роботами). Підприємство розглядається як набір операцій, за якими здійснюються витрати ресурсного потенціалу. Сутність методу полягає у встановленні залежності витрат на продукцію із різними виробничими процесами, вивченні можливостей впровадження оптимізаційного процесу задля забезпечення ефективності виробництва.
Theory of constraints	Метод орієнтований на оптимізацію використання ресурсного потенціалу компанії. Ці ресурси різноманітні і використовуються у певній пропорції, але, у якійсь момент, одних може не вистачати, а інших – вдосталь. Ефективне використання ресурсів не завжди залежить від компанії, іноді цьому заважають зовнішні фактори.

Продовження таблиці 1.3

Кост-кіллінг	Спрямований на зниження витрат у якнайшвидший термін без шкоди для діяльності підприємства та перспектив його розвитку. Застосовується в антикризовому менеджменті та управлінні конкурентоздатністю. Зазначимо, що суттєве скорочення витрат передбачає зниження заробітної платні та скорочення персоналу. Потребує системного застосування, тобто можливої зміни стратегії управління витратами, яка направлена на скорочення підрозділів, активів або проектів.
Бенчмаркінг витрат	Спосіб оцінки стратегій і цілей роботи підприємства порівняно з успішними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку; перевагами бенчмаркінгу витрат є відсутність потреби у створенні власних способів зменшення витрат і вдосконалення процесів діяльності підприємства, а також можливість комбінування різних методів, що забезпечили успіх у зменшенні витрат іншим підприємствам.

Однією із найважливіших задач цінової політики є управління прибутковістю підприємства, тому основними поняттями виступають витрати, їх види, місця виникнення і принципи управління ними

В наші дні методи ціноутворення, які ґрунтуються на витратах є широко поширеною практикою, вони ґрунтуються на базових витратах на виробництво одиниці продукції, які доповнюються надбавкою – сумою, яка покриває невраховані витрати та забезпечує прибуток.

Через це їх часто називають "витрати плюс". Нижче наведемо методи розрахунку ціни за одиницю в залежності від того, які витрати вважаються базовими [7, с. 224].

1. Метод повних витрат, або собівартості, полягає в розрахунку ціни на підставі усіх витрат – змінних та постійних (чи прямих та непрямих), які, незалежно від походження, списуються на одиницю виробу. Ціна включає реальну, фактичну собівартість виробу і додаткову суму, що становить цільовий прибуток.

2. Метод виробничих витрат або виробничої собівартості. Це варіація методу повних витрат, в якій базові витрати не охоплюють операційні витрати підприємства.

3. Метод змінних (прямих) витрат. Модель ціноутворення, яка використовує витрати, які змінюються пропорційно обсягу виробництва.

4. Метод змінних виробничих витрат представляє собою варіант методу змінних витрат, використовується тоді, коли виникають труднощі у розподілі операційних витрат на постійні та змінні, проте для виробничих витрат це завдання можна вирішити успішно.

Основою функціонування сучасного підприємства виступають два взаємодоповнюючі аспекти: управлінська діяльність та обслуговування, де управлінський облік є важливою складовою обслуговуючої ланки.

Завдяки управлінському обліку процес ціноутворення стає більш прозорим і ефективним, адже всі ланки управління отримують доступ до актуальних даних, необхідних для прийняття кращих рішень. Також завдяки управлінському обліку підприємства можуть оперативно реагувати на зміни попиту на свою продукцію, коригуючи ціни та максимізуючи прибуток.

Цей підхід дозволяє використовувати всі можливі резерви виробництва та підвищує його результативність.

Проведений нами аналіз та систематизація методичних інструментів ціноутворення дозволяють визначати їх роль у забезпеченні фінансової стабільності підприємства, а також виявляти оптимальні підходи до їх впровадження в систему діагностики його фінансової діяльності.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «НОВА ПОШТА»

2.1 Економіко-організаційна характеристика підприємства

ТОВ «Нова Пошта» - засноване у 2001 році як українська Компанія, що пропонує сервіс-експрес доставки документів, вантажів та посилок для фізичних осіб та бізнесу.

На сьогодні «Нова Пошта» є лідером логістичного ринку країни, який забезпечує доступну та зручну доставку кожному клієнту.

Місія Компанії – робити доставку легкою для життя та бізнесу. Для реалізації своєї місії команда «Нової Пошти» впроваджує нові продукти та сервіси, орієнтуючись на найкращий міжнародний досвід та стандарти, застосовуючи новітні технології та інноваційні рішення.

Історія компанії «Нова Пошта» почалася в лютому 2001 року, коли університетські друзі В'ячеслав Климов і Володимир Поперешнюк вирішили заснувати спільну справу. Обом було по 25 років. З вибором ринкової ніші допоміг визначитися невеликий кондитерський бізнес Володимира. Він якраз шукав шляхи транспортування товару з Полтави по Україні. Так у молодих підприємців з'явилася ідея запропонувати українцям нову послугу – швидку і зручну доставку.

Стартовий капітал компанії «Нова Пошта» становив 7000 доларів, а команда на початку включала в себе 7 осіб.

Історія розвитку «Нової пошти».

На старті (2001-2004)

На початку 2000-х в Україні не існувало ринку доставки: його замінювали провідники поїздів і водії маршруток. Передача посилки без будь-яких гарантій через незнайомих людей передбачала багато ризиків. Тоді В'ячеслав і Володимир поставили мету - прищепити українцям культуру безпечних і легких відправок. Спочатку доводилося пояснювати потенційним клієнтам, що

доставка з «Нова Пошта» - це зручний і потрібний сервіс. Згадуючи про цей етап сьогодні, творці компанії порівнюють його з прокладанням лижні на засипаний снігом дорозі.

Перші три роки роботи компанії пройшли під знаком пошуку клієнтів і шляхів розвитку. Переломним моментом стало отримання співзасновниками компанії ступеня Executive MBA. Навчання в бізнес-школі обидва називають відправною точкою для системного й усвідомленого підходу до управління бізнесом.

Загартовування (2005-2006)

На четвертому році існування у компанії з'являються перші великі клієнти і конкуренти. Саме зростаючі масштаби бізнесу і розвиток конкуренції стали викликами, подолання яких слугувало для компанії важливим і потрібним загартуванням.

Адаптація до нових ринкових умов вимагала від власників «Нова Пошта» переглянути підходи до якості сервісу. Саме тоді в компанії сформувалися і зміцніли дві основні цінності - клієнтський сервіс і висока якість послуг.

В цей час в «Нова Пошта» почалося формування ключової команди управлінців, а також адміністративної структури з поділом на регіональні філії та центральні офіси в Києві та Полтаві.

Динамічний розвиток 2007-2008 рр.

2007 стає роком, коли «Нова Пошта» вперше виходить на прибутковість. Незабаром після цього в компанії починається знаковий етап активного розвитку. Протягом декількох років вона демонструє впевнене зростання: відкриваються відділення в містах-мільйонниках, посилюються позиції в сегменті B2B за рахунок розширення клієнтської бази.

Прикметно, що компанія вистояла восени 2008-го, під час світової фінансової кризи. В умовах важкої економічної ситуації, коли обороти компанії «Нова пошта» впали на 30%, власники приймають рішення осідлати хвилю кризи і витягти з неї вигоду. Климов і Поперешнюк роблять ставку на розвиток: оптимізують логістику, змінюють підхід до мотивації персоналу і маркетингу,

фокусуються на ефективності продажів. І вже в грудні «Нова пошта» знову демонструє зростання. На той час компанія вже представлена в усіх регіонах України.

2009-2011 рр.

В 2009 році «Нова пошта» стає лідером ринку експрес-доставки в Україні. Компанія розширюється вражаючими темпами, щорічно збільшуючи обсяги перевезених вантажів втричі. У 2009 році «Нова пошта» доставила більше 1,6 млн посилок, в 2010 - понад 4 млн.

Схожими темпами розвивається й мережа відділень. Якщо в 2009-му вона складається з восьми десятків відділень, в 2010 році їх стає вже 140.

Одна з основних цілей компанії - підвищення ефективності процесів. Розширюється мережа, вдосконалюється система логістики і сортування вантажів, оновлюється автопарк. Завдяки роботі цього складного і водночас злагодженого механізму «Нова пошта» гарантує клієнтам легкість, своєчасність і надійність сервісу.

В цей період «Нова пошта» активно налагоджує роботу зі зростаючим сегментом e-commerce і стає ключовим партнером для багатьох інтернет-магазинів. Пропозиція клієнту "логістики під ключ" дозволяє їй міцно закріпитися на ринку B2C.

Уже через два роки, до кінця 2011-го, кількість посилок, відправлених з «Нова пошта», збільшується до 12 млн. в рік. Мережа налічує понад 500 відділень по всій Україні.

На цей час команда компанії включає вже понад 5 тисяч осіб. Щоб дати їм можливість навчатися і розвивати компетенції, необхідні для успішної кар'єри в компанії «Нова пошта», прийнято рішення заснувати Корпоративний університет.

Структурування (2012-2016)

Цей період у Новій пошті — час структурних змін. Розширення портфеля продуктів і сервісів зумовило диверсифікацію бізнесу.

В рамках компанії сформувалося кілька векторів розвитку, серед яких — міжнародний напрямок (Нова пошта Глобал). У 2014 році Нова пошта відкрила представництва в Грузії та Молдові.

Для українців Нова пошта перестала бути лише сервісом доставки. Згідно з новою корпоративною структурою, тепер вона є групою компаній, які надають клієнтам комплекс логістичних та супутніх сервісів. Тепер у відділеннях можна не тільки отримати/відправити посылку або вантаж і замовити адресну доставку, а й здійснити грошовий переказ через платіжну систему ForPost (у 2019 змінила назву на NovaPay), замовити послугу фулфілменту.

Для зручності клієнтів в компанії впроваджують сучасні ІТ рішення. Одним з таких став запуск мобільного додатку, що дозволяє максимально легко користуватися сервісами компанії у будь-якому місці, де є інтернет. Станом на кінець 2015 року застосунок завантажили понад 1,5 млн. українців.

Успішно розвивається логістична інфраструктура компанії: посылки та вантажі обробляються на терміналах, а доставити відправлення можна не тільки на відділення, а й через поштомати та мінівідділення (parcel shops). Завдяки цьому клієнти можуть отримувати посылки в пішій доступності від дому або офісу.

В рамках стратегії корпоративної соціальної відповідальності Нова пошта реалізує проєкт «Гуманітарна пошта України», завдяки якому волонтерські організації коштом компанії перевозять гуманітарні вантажі по Україні.

У 2015 році проєкт був відзначений нагородою в номінації «Бізнес, який змінює країну» від Центру розвитку КСВ в Україні. До моменту повномасштабного вторгнення росії у лютому 2022 року «Гуманітарною поштою» було доставлено майже 20 тис. тонн гуманітарних вантажів.

Того ж 2015 року за внесок в розвиток підприємництва Володимир Поперешнюк і Вячеслав Климов отримали нагороду «Люди нового времени» від авторитетного тижневика «Новое время».

На кінець 2015 року мережа компанії, яка покриває майже 1000 населених пунктів по Україні, складається з понад 2200 відділень, 1400 поштоматів, 37 терміналів. У 2015-му компанія перевезла 100 млн. відправлень.

Стійке зростання, підтримка українців й України(2016-2021)

Нова пошта починає активно модернізувати свою логістичну інфраструктуру, щоб збільшити швидкість доставки для потоку відправлень, який постійно зростає. Протягом 2015-2018 років тривало будівництво 1 черги Київського інноваційного терміналу — найсучаснішого в Україні автоматизованого сортувального центру. Після відкриття термінал почав обробляти 200 тис. посилок на добу.

У 2019 році починають роботу Хмельницький та Львівський інноваційний термінали (ХІТ та ЛЕО), у 2020 — Харківський інноваційний термінал (ХАІ), а у 2021 — 2 частина КІТа, після чого його потужність зростає до 50 тис. посилок на годину.

Рекордних темпів сягає швидкість розвитку мережі, а разом з нею — і зростання обсягів відправлень. Якщо на кінець 2017 року у Новій пошті було 2300 відділень, то вже у 2019 їх стало 6000, а на кінець 2021 — 9990, а також 12 739 поштоматів. Кількість доставлених посилок зросла зі 146 млн. у 2017 році до рекордних 372 млн. у 2021.

Активно зростає і міжнародна доставка. Якщо на 2015 рік у НП Глобал було лише 2 бізнес-клієнти клієнти, то на кінець 2021 кількість тих, хто хоч раз скористався послугами компанії, зросла до 7 млн, а з бізнес-клієнтами було укладено 7 000 договорів. Щоб гарантувати терміни доставки та організовувати регулярні рейси з будь-якої точки світу, у 2021 році Нова пошта заснувала авіакомпанію Supernova Airlines.

У до-ковідний період Нова пошта ввела медичне страхування для всіх працівників коштом компанії (2018 рік), а також активно розвивала соціальні та неприбуткові ініціативи — Школу бізнесу для навчання малого та середнього бізнесу, проєкт Круто (освітня платформа для студентів), марафони та півмарафони по всій країні тощо.

На час пандемії у 2020 році компанія частково скоротила ці проєкти, зосередившись на головному: допомозі лікарням та порятунку людей від хвороби. Нова пошта швидко знаходила, закуповувала та безоплатно передавала медзакладам дефіцитне обладнання, медикаменти, засоби захисту, а також організувала масову вакцинацію співробітників. Загалом у боротьбу з коронавірусом Нова пошта вклала 60 млн. грн, надавши допомогу більш як півсотні лікарень по всій Україні.

Вихід на міжнародні ринки (2022 — зараз)

2022 рік став новим викликом для компанії. Попередній 2021 виявився рекордним для Нової пошти — вона перевезла 372 млн. посилок. Але з початком повномасштабного вторгнення рф потік посилок фактично зупинився. Втім, Новій пошті вдалось зберегти стійкість та майже повернутись на довоєнні обсяги: за результатами року було доставлено 315 млн. посилок та вантажів. Компанії групи перерахували до бюджетів країни 7,1 мільярда гривень податків та зборів. Сума податків за 2022 рік збільшилась на 700 млн. грн. порівняно з минулим мирним роком.

Після 24 лютого 2022 року «Гуманітарна пошта» трансформувалась в окремий гуманітарний напрям роботи Нової пошти. За 2022 рік обсяг допомоги, доставку якої оплатила Нова пошта, склав 22 073 тонн — це як вага 77 літаків «Мрія». Усього ж за 8 років програми ми допомогли з логістикою та доставкою у рамках цього проєкту 1150 благодійним фондам та організаціям.

З самого початку великої війни компанія ні на мить не зупиняла підтримку армії та гуманітарну допомогу, інвестувавши у наближення перемоги за рік від 24 лютого 2022 року понад 400 млн. грн. У 2023 обсяг цих інвестицій щомісяця збільшується на 50 млн. грн.

У найближчих планах Нової пошти — експансія у Європу, розпочата 2022 року. Компанія вийшла на ринок Польщі під брендом Nova Post та відкрила 30 власних відділень у 18 найбільших польських містах. Мета — дати можливість українцям відправляти та отримувати посилки так само легко і зручно, як і вдома. До кінця 2023 року у країні буде працювати понад 50

відділень Nova Post. У лютому запрацювала Нова пошта у Литві — Nova Post Lietuva. Перше відділення відкрилось у Вільнюсі. Далі на черзі — вихід Нової пошти на ринки Естонії, Латвії, Румунії, Чехії, Німеччини.

У 2022 авіакомпанія Supernova Airlines розпочинає виконувати рейси літаками АН-26 — перші рейси відбудуться вже у травні 2023 року. Перші заплановані маршрути — Рига-Жешув та Рига-Кишинів, які будуть підв'язані під доставку вантажів із Китаю та США.

Водночас компанія продовжує активно розбудовувати та модернізувати мережу сортувальних терміналів. У лютому 2022 відкрились інноваційні термінали ДАО у Дніпрі та ЗІТ у Запоріжжі. У 2023 триває будівництво інноваційних терміналів в Одесі та у Борисполі. Також компанія має два вантажні термінали на території Польщі — у містах Варшава та Глогув Малопольський. Їхня сумарна потужність — 4500 посилок на добу.

Згідно з соціологічними дослідженнями, вже багато років Нова пошта залишається love mark для українців — сервісом, яким вони користуються регулярно та з задоволенням, а також рекомендують іншим. Компанія щодня працює над тим, щоб покращувати сервіс, і щоб кожен контакт компанії з клієнтом залишав лише позитивні враження. Нова пошта прагне бути не лише сервісом з доставки, а й партнером у житті кожного українця, його опорою у складних ситуаціях, а також відповідальним корпоративним громадянином України.

Юридична адреса та місцезнаходження компанії: 03026, м. Київ, Столичне шосе, будинок 103, корпус 1.

ТОВ «Нова Пошта» – поштово-вантажна компанія, що забезпечує легку доставку кожному клієнту - до відділення, поштомату, за адресою. Компанія надає логістичні та дистрибуційні послуги, доставляючи як найдрібніші посилки, так і великі вантажі. «Нова Пошта» дозволяє тисячам підприємців створювати і розвивати бізнес не тільки в Україні, а й за кордоном.

Розмір статутного капіталу товариства становить - 4 654 075,00 грн.

Основні види діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД:

52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

- 46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами.
- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту.
- 78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами.

Базовими структурними підрозділами компанії є відділи. Відділи формують департаменти, ті ж концентрують в собі два і більше функцій.

Організаційна структура управління ТОВ «Нова Пошта» зображено на рисунок 2.1.

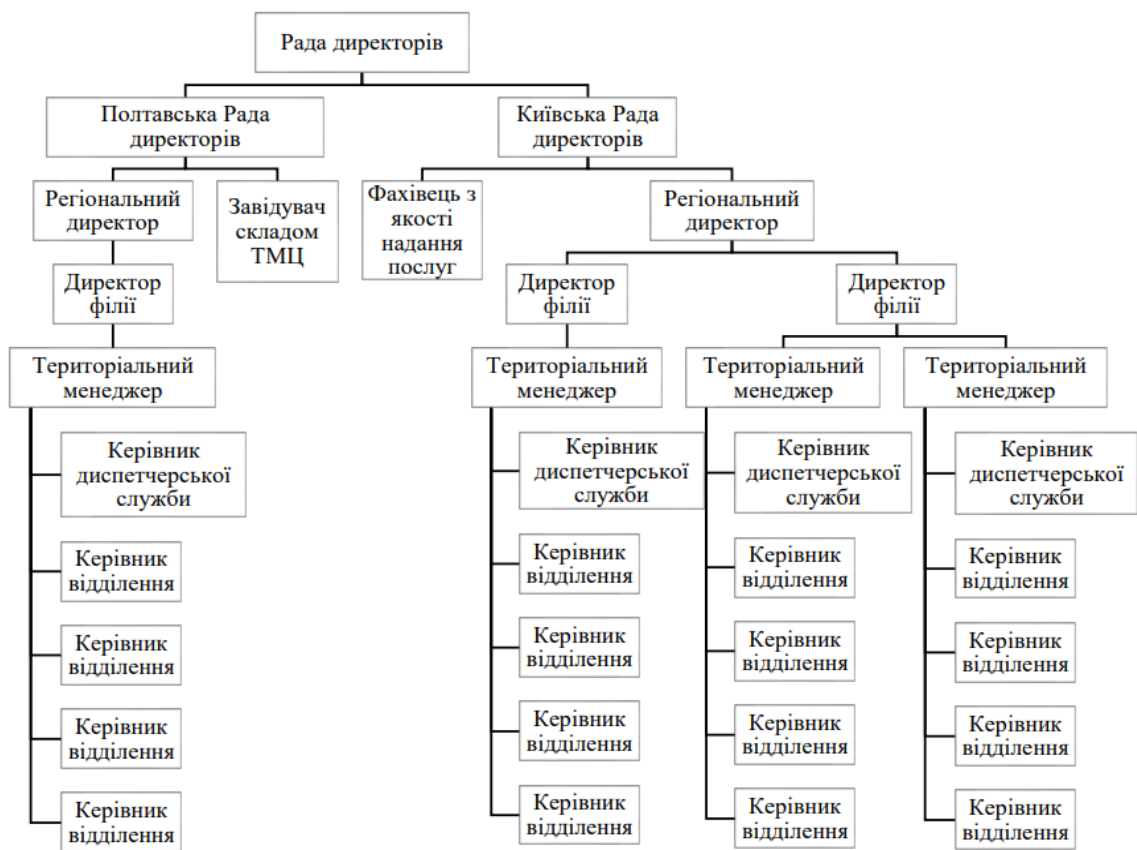


Рисунок 2.1 Організаційна структура управління ТОВ «Нова Пошта»

На початок 2024 року мережа компанії складалася з 10875 відділень та 15590 поштоматів у понад 10 000 населених пунктів по всій Україні.

Протягом 2023 р. нова пошта відкрила 1674 відділення, встановила 1853 поштомати, а також встановила сотні PUDO — точок сервісу на території діючого бізнеса в аптеках, магазинах, на АЗС, де можна відправити або отримати вже оплачені посилки вагою до 10 кг.

Компанія «Нова Пошта» - найбільша логістична компанія, яка реалізовує у своїй діяльності наступні принципи:

Швидкість

Щоб кожний клієнт отримував свою посылку протягом 24 годин, «Нова Пошта» впроваджує автоматизацію своїх процесів та інвестує в інноваційні термінали. За 2 роки війни від обстрілів та бомбардувань постраждали сортувальні термінали та депо в Харкові, Миколаєві, Дніпрі, Чернігові, Полтаві, десятки відділень були зруйновані. Повністю зруйнований термінал у Маріуполі, який нині окупований.

Проте «Нова Пошта» відновлює та будує нові автоматизовані термінали. У 2022 році відкриті інноваційні термінали у Дніпрі та у Запоріжжі. У 2023 році тривало будівництво інноваційних логістичних комплексів в Києві та Одесі.

Доступність

27 050 точок контакту складала мережа наприкінці 2023 р.

На початок 2024 року мережа компанії складалася з 10875 відділень та 15590 поштоматів у понад 10 000 населених пунктів по всій Україні.

Протягом 2023 р. нова пошта відкрила 1674 відділення, встановила 1853 поштомати, а також встановила сотні PUDO — точок сервісу на території діючого бізнеса в аптеках, магазинах, на АЗС, де можна відправити або отримати вже оплачені посилки вагою до 10 кг.

У 2023 році інвестицій у розвиток мережі відділень та поштоматів склали 1,1 млрд. грн., 1,9 млрд – сума інвестицій, запланована на 2024 рік.

Абсолютна якість

412 млн. відправлень доставила «Нова Пошта» у 2023 році, що на 30% більше, ніж торік.

23 години — середня швидкість доставки по Україні, яку «Нова Пошта» повернула вже в травні 2022 р., адже з початком війни через зруйновані дороги, обстріли та інші проблеми логістики середня швидкість впала до 5 днів. Компанія впроваджує актуальні нові послуги, безперервно покращує продукти та сервіс у відділеннях, адресній доставці та надає клієнтам якісний зворотній зв'язок з оперативним розв'язанням усіх питань.

Гуманітарна діяльність

55 тис. тон гуманітарної допомоги доставила Гуманітарна Нова пошта від початку повномасштабного вторгнення власним коштом і продовжує доставляти по 3000 тон щомісячно.

Понад 2 000 благодійних організацій та фондів – учасники партнерських програм Гуманітарної Нової пошти.

1,6 млрд грн – інвестиції в перемогу (допомога військовим, спільний проект з фондом «Повернись живим» «Запакуй небо – прокачай ППО» та виплати мобілізованим працівникам.

Допомога цивільним у 2023 р.: 160 000 родин мешканців прифронтових міст та ВПО отримали продуктову допомогу, понад 1,4 тис. тон допомоги доставили херсонцям після підриву Каховської ГЕС, 42 тони бутильованої води доставили та роздали новопоштовці разом з Food Foundation UA жителям Нікополя тощо.

Основними напрямками діяльності Компанії є надання комплексу логістичних послуг, а саме:

- експрес доставка документів, посилок та великогабаритних вантажів;
- поштово-кур'єрські послуги підприємствам, організаціям та окремим громадянам;
- послуги пакування;
- надання вантажно-розвантажувальних послуг, складування та зберігання;
- інша допоміжна діяльність у сфері транспорту і т.д.

Основним узагальнюючим показником господарської діяльності ТОВ «Нова Пошта» є прибуток, порядок використання якого визначає вищий орган засновника.

Джерелами формування доходів, а в подальшому і прибутку підприємства є:

- Доходи, одержані від реалізації товарів та послуг, а також від інших видів фінансово-господарської діяльності;
- Кредити банків та інших кредиторів;
- Безоплатні або благодійні внески;
- Майно, придбане підприємством на засадах, не заборонених чинним законодавством.

- Приріст балансової вартості запасів;
- Доходи від виконання довгострокових договорів та інші доходи.

Основними стратегічними напрямками розвитку ТОВ «Нова Пошта» є:

- збільшення пропускнуєї спроможності інфраструктури,
- покращення доступності шляхом розвитку мережі,
- автоматизація процесів, покращення сервісу,
- підвищення швидкості та автоматизація процесів,
- покращення сервісу, швидкості та якості доставки,
- впровадження нових продуктів.

Наведемо фінансову аналітику компанії «Нова Пошта»

станомна кінець 2024 року:

- Доходи становили - 44 779 857 тис. грн., зростання на 22.79% порівняно з 2023 роком.

- Чистий прибуток компанії - 2 500 331 тис. грн. відбулось зниження на 36.97% порівняно з попереднім роком.

- Активи товариства становили - 31 466 583 тис. грн., збільшення на 36.21% з 2023 р.

Проведемо аналіз основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 роки (табл. 2.1), використовуючи дані наведені у додатках (додатки А,Б).

Таблиця 2.1

Основні техніко-економічні показники діяльності
ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр.

Показники	2022	2023	2024	Відхилення			
				Абсолютне, тис.грн.		Відносне, %	
				2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	23687034	36468879	44779857	12781845	8310978	154,0	122,3
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	19276532	28625037	35284709	9348505	6659672	148,5	125,7
Середньорічна вартість основних фондів, тис.грн.	6840742	9327238	14063881	2486496	4736643	136,8	150,5
Операційні витрати, тис.грн.	593974	774662	755247	180688	-19415	130,5	97,4
Фондовіддача	3,46	3,91	3,18	0,45	-0,73	114,7	79,5
Середньоспискова чисельність працівників, чол.	27819	26327	27509	-1482	1182	96,3	103,8
Валовий прибуток, збиток, тис.грн.	4410502	7844842	9495148	3434340	1650306	177,9	120,5
Продуктивність праці, тис.грн./чол.	851,5	1385,2	1627,8	533,7	242,6	162,5	123,1
Чистий прибуток, тис.грн.	2135960	3967156	2500331	1831196	-1466825	185,7	64,1
Рентабельність продукції,%	2,29	2,74	2,69	0,45	-0,05	122,7	96,3

Проводячи аналіз даних фінансової звітності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр. ми можемо зробити наступні висновки:

Стосовно показника чистого доходу від реалізації продукції, то він у 2023 році становив 36468879 тис.грн., в 2024 році відбулось його зростання на 22,3%, що в натуральному вираженні становить 8310978 тис.грн. Це є позитивним фактором, який характеризує зростання виручки на даному підприємстві. Причинами такого збільшення є стабілізація економічної ситуації в

державі, зростання цін на перевезення та доставку поштової продукції, розширення географії надання поштових послуг, яка посприяла зростанню кількості перевезень товарів та поштових відправлень на території держави та за її межами.

Аналіз показника собівартості реалізованої продукції впродовж 2022-2024 років показав, що він невинно зростає. У 2023 році в порівнянні з 2022 роком він збільшився на 48,5 %, що в натуральному вираженні становить 9348505 тис. грн., а у 2024 році відбувається його подальше зростання на 25,7% або на 6659672 тис.грн. в порівнянні з минулим 2023 роком. Зростання показника собівартості реалізації в основному пояснюється підвищенням цін на доставку поштових відправлень та логістичних витрат.

Динаміка показника валового прибутку у 2023 році порівняно з 2022 роком зросла на 77,9% і склала 3434340 тис. гривень згідно фінансової звітності, складеної за стандартами МСФЗ. Валовий прибуток за 2024 рік склав 9495148 тис. гривень, що на 20,5% нище ніж у 2023 році. Це є позитивним результатом для всієї фінансової діяльності товариства.

При аналізі, бачимо, що у товаристві протягом даного періоду коливається середньоспискова чисельність працівників: так у 2022 році вона становила 27819 осіб, у 2023 році – 26327, а у 2024 – 27509 осіб. На це вплинуло проведення ефективної кадрової політики та розширення георафії відділень на території держави та за кордоном, а також політична ситуація в державі пов'язана з введенням військового стану.

Розглядаючи аналіз наступних показників, слід відмітити, що протягом 2022-2024 рр. продуктивність праці має тенденцію до зростання. Так у 2024 році спостерігається її збільшення порівняно з 2023 роком на 23,1%, це спричинено зростанням чисельності працівників, а також збільшенням чистого доходу (виручки) від реалізації продукції за даний період.

Динамічний аналіз показника ефективності використання основних фондів, показав, що фондоддача на підприємстві протягом досліджуваного періоду коливалася в межах 3,46-3,18. У 2023 році вона збільшилась на 14,37 пункти порівняно з 2022 роком, що оцінюється позитивно, та свідчить про

зростання ефективності використання основних фондів. А у 2024 році порівняно з 2023 роком відбулось незначне її скорочення на 20,5 пункти що оцінюється негативно.

Коливання показника рентабельності за 2022-2024 роки не дуже позитивно характеризує фінансово-економічну діяльність підприємства, на що вплинуло збільшення витрат на виробництво (собівартості) продукції та зменшення суми валового прибутку у 2024 році порівняно з 2023 роком.

Чистий прибуток товариства за 2024 рік порівняно з 2023 роком скоротився на 35,9% (3967156 тис.грн. у 2023 році та 2500331 тис.грн. у 2024 році), що показує на коливання стабільного фінансове становище на ринку логістичних компаній у складний військовий час.

Запропонований на рисунку 2.1 аналіз динаміки зміни основних техніко-економічних показників ТОВ «Нова Пошта» за період 2022-2024рр.

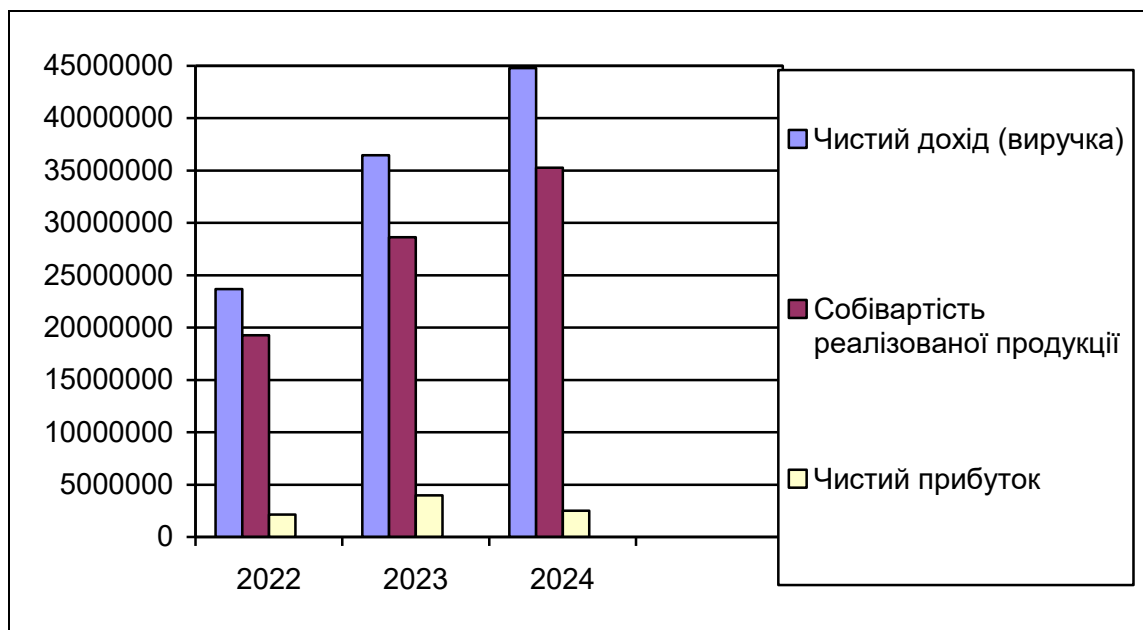


Рис. 2.1 Динаміка зміни основних техніко-економічних показників ТОВ «Нова Пошта» за період 2022-2024рр.

Проведений нами структурно-динамічний аналіз фінансового стану товариства надалі покаже всі недоліки та переваги його фінансово-економічної діяльності в умовах сьогодення та перспективу.

2.2 Структурно-динамічний та прогнозний аналіз фінансового стану підприємства

Фінансово-економічна діяльність підприємства логістичного напрямку характеризується системою показників, що дають можливість оцінити наявність, розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів та в цілому його фінансовий стан на перспективу. Він значною мірою залежить від доцільності та правильності вкладення фінансових ресурсів у майно.

Здійснення фінансово-господарської діяльності товариства неможливе без наявності певного майна, яке належить йому на правах власності чи володіння. Майновий стан підприємства визначається майном, яке йому належить відображене в його балансі, та становить його активи.

Активи – це ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до збільшення економічних вигод у майбутньому. У процесі діяльності вартість та структура активів ТОВ «Нова Пошта» постійно змінюється, тому проведемо структурно-динамічний аналіз активів підприємства, аналізуючи на фінансову звітність за 2022-2024рр. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Групування майна ТОВ «Нова Пошта»
за період 2022-2024рр., тис. грн.

Показники	Сума, грн.			Відхилення			
				Абсолютне, тис. грн.		Відносне, %	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
1	2	3	4	8	9	10	11
Майно разом	15754920	23101706	31466583	7346786	8364877	153,4	134,8
Необоротні активи	12319191	18769254	24429066	6450063	5659812	150,1	133,5
в.т.ч: - нематеріальні активи	76808	63849	78381	-12959	14469	82,9	123,8
- незавершені капітальні інвестиції	1660949	2765733	2230261	1104784	-535472	168,8	81,5

Продовження таблиці 2.2

Основні засоби	6840742	9327238	14063881	2486496	4736643	136,8	150,5
Оборотні активи	3435729	4332452	7037517	896723	2705065	126,5	162,8
в.т.ч:							
- запаси	422156	413811	398124	-8345	-15487	97,6	95,1
- виробничі запаси	417390	391015	374606	-26375	-16409	95,1	94,9
- товари	4766	22796	23518	18030	722	289,2	104,5
- дебіторська заборгованість за продукцію	968844	1138305	1640041	169461	501736	122,3	145,5
- дебіторська заборгованість за виданими авансами	146103	160436	191580	14333	31144	114,3	118,8
- дебіторська заборгованість з бюджетом	48136	53902	54495	5766	593	110,4	101,9
- інша поточна дебіторська заборгованість	502922	155631	10615	-347291	-145016	35,9	66,7
Поточні фінансові інвестиції	73263	3784	332471	-69479	328687	4,6	980,3
- грошові кошти та їх еквіваленти	673522	1079267	2659570	405745	1580303	159,7	260,1
- рахунки в банках	461620	714068	2531875	249448	1817807	154,3	356,3
- витрати майбутніх періодів	11952	24544	71430	12592	46886	218,2	295,8
- інші оборотні активи	282	0	0	282	0	0	0

Аналіз показників, які характеризують майновий стан ТОВ «Нова Пошта» за статтями активу балансу, показав динаміку до його зростання за період 2022-2024 рр., що є позитивним для діяльності товариства на перспективу.

У 2023 році відносно 2022 року майновий стан підприємства покращився (зріс) на 7346786с. грн., тобто на 53,4 %, а надалі, у 2024 році відносно 2023 року спостерігається подальше його зростання на 8364877 тис. грн., або 34,8 %.

Такі зміни відбулися за рахунок зростання необоротних активів: на 5659812тис.грн. або на 50,1 % у 2024 році, збільшення основних засобів на 4736643 тис. грн., або на 50,5 % та неметареальних активів на 14423 тис. грн., або на 69,8%.

В лютому 2023 року Група прийняла рішення про придбання інвестиції в ТОВ «Нео-Транс» шляхом придбання частки в розмірі 89 тис. грн та ТОВ «НП Глобал» шляхом придбання частки в розмірі 4 541 тис. грн.

Проведений нами аналіз змін в оборотних активах товариства за 2022-2024 рр. показав, що вони постійно зростають. У 2024 році, в загальному на 2705065 тис.грн. або на 62,8% порівняно з 2023 роком. В 2024 році оборотні активи становили 7037517тис. грн., в 2023 році – 4332452тис. грн., та у 2022 році – 3435729 тис. грн.

Збільшення суми оборотних коштів є позитивним фактором тому, що чим більша сума коштів знаходиться в обороті, тим більша фінансова віддача від них для товариства.

Аналізуючи показники, бачимо, що основну частку оборотних активів складає дебіторська заборгованість: за продукцію, за виданими авансами, з бюджетом, інша поточна заборгованість. За період 2022-2024 років спостерігається тенденція до її зростання. Вона включає зростання витрат на оренду, постачання ТМЦ, паливо, маркетинг та ремонт приміщення, Ці факторів вплинули на її збільшення у 2024 році порівняно з 2023 роком у товаристві.

На нашому підприємстві також спостерігається зменшення рівня запасів протягом останніх трьох років проведеного дослідження, в 2024 році запаси становили –398124тис. грн., в 2023 році – 413811 тис. грн., що в середньому на 4,9% менше попереднього року. На це вплинуло те, що у 2024 році Група сторнувала збиток від знецінення запасів на суму 1 339 тис. грн, які знаходились на тимчасово окупованих територіях.

Проведене дослідження показників необоротних активів протягом 2022-2024 років показало їх зростання в структурі майна підприємства. Їх частка збільшилась у 2024 році порівняно з 2022 роком в середньому на 22,5%, що є не дуже позитивним моментом.

Нематеріальні активи товариства включають, головним чином, поточні фінансові інвестиції. Поточні фінансові інвестиції станом на 31 грудня 2024

складаються з депозитного рахунку балансовою вартістю 106 089 тис. грн. Депозит відкрито в євро, строк депозиту до червня 2024 року, ставка відсотку від 2,75% до 3,60%.

Поточні фінансові інвестиції станом на 31 грудня 2024 складаються з деномінованих в дол. США облігацій United States of America з датою погашення 15.03.2025 і ставкою 0,5% річних в сумі 73 263 тис. грн та депозитного рахунку у гривні з датою погашення 31.01.2025 і ставкою 11% річних в сумі 330 000 тис. грн..

Ці фактори призвели до збільшення короткострокових фінансових інвестицій у 2024 році на 160,1% порівняно з 2023 роком.

На рисунку 2.2 нами наведено динаміку зміни структури майна ТОВ «Нова Пошта» за період 2022-2024рр .

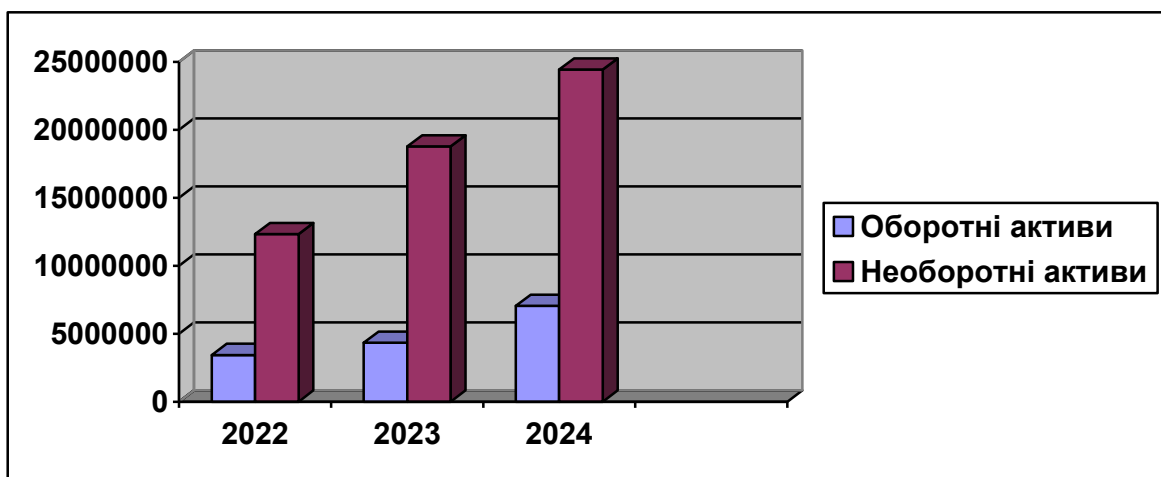


Рис. 2.2 Структура майна ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр., тис.грн.

З наведених даних таблиці ми бачимо тенденцію до зростання необоротних активів та тенденцію до зменшення оборотних активів.

Наступним етапом буде аналіз пасиву балансу (складу та структури капіталу) ТОВ «Нова Пошта» та групування капіталу підприємства за статтями балансу 2022-2024 роки (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

Групування капіталу ТОВ «Нова Пошта»
за статтями балансу за 2023-2024 рр.

Показники	Сума, тис грн.			Відхилення			
				Абсолютне, тис. грн.		Відносне, %	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Капітал разом:	15754920	23101706	31466583	7346786	8364877	153,4	134,8
Власний капітал	6516072	9508308	11588379	2992236	2080071	146,2	121,1
в.т.ч. – зареєстрований капітал	4654	4654	4654	0	0	100,0	100,0
- додатковий капітал	27301	27301	27301	0	0	100,0	100,0
- нерозподілений прибуток	6484117	9476353	11556424	2992236	2080071	146,9	122,3
Позиковий капітал	9238848	13593398	19878204	4354550	6284806	144,5	146,2
Довгострокові зобов'язання	3787630	5337000	9130389	1549370	3793389	143,2	171,7
Довгострокові кредити банків	1454745	1912643	5074709	457898	3162066	135,7	253,2
Інші довгострокові зобов'язання	2332885	3424357	4055680	1091472	631323	147,8	117,6
Поточні зобов'язання	5451218	8256398	10747815	2805180	2491417	151,9	130,5
в т.ч. короткострокові кредити банків	76000	76000	697478	0	621478	100,0	267,9
Поточна кредиторська заборгованість за:							
- товари, роботи, послуги	1259484	1857488	2019060	598004	161572	151,2	111,3
- довгостроковими зобов'язаннями	2368731	3393971	5175536	1025240	1781565	143,5	154,5
- розрахунками з бюджетом	570842	655332	1004547	84490	349215	114,0	153,8
- розрахунками зі страхування	77644	85122	121389	7478	36267	110,4	142,4
- розрахунками з оплати праці	419219	595758	728202	176539	132444	143,9	122,0
- за одержаними авансами	49736	64885	111013	15149	46128	130,6	173,4
- за розрахунками з учасниками	6500	883928	896791	877428	12863	987,9	101,1
Поточні забезпечення	435264	695705	682720	260441	-12985	160,5	98,6
Інші поточні зобов'язання	187798	24209	8557	-163589	-15652	11,2	33,6

Аналіз капіталу за статтями балансу упродовж 2022-2024 роки показав, що спостерігається зростання в цілому капіталу товариства. Так у 2023 році капітал підприємства становив 23101706 тис. грн., що на 53,1 % (7346786 тис. грн.) більше ніж у попередньому 2022 році. Порівняно з 2023 роком у 2024 році капітал також має тенденцію до зростання на 8364877 тис.грн або 34,8 %, що є позитивним для підприємства в умовах дії військового стану.

Капітал підприємства складається з власного і позичкового капіталу. На рисунку 2.3 показано структуру капіталу ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

Характеризуючи дані таблиці 2.3 та рисунку 2.3 бачимо, що найбільшу частку в капіталі підприємства упродовж 2022-2024 рр. займає позиковий капітал. Це свідчить про фінансову залежність підприємства від зовнішніх джерел коштів, тобто від кредиторів та інвесторів, є на наш погляд необхідним для його розвитку та утримання стабільного фінансового стану.

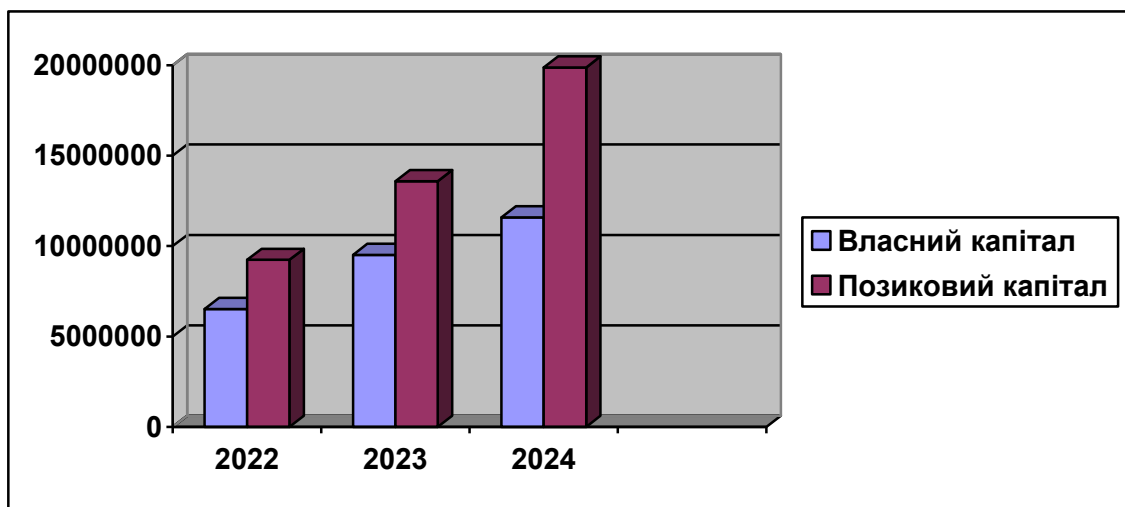


Рис. 2.3 Структурна динаміка капіталу ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

До складу власного капіталу ТОВ «Нова Пошта» входить зареєстрований капітал, додатковий капітал та нерозподілений прибуток.

Зареєстрований капітал протягом 2022-2024 років не змінився, адже його частка передбачена статутом підприємства, і становив 4654 тис. грн.

Додатковий капітал теж не змінюється протягом 2022-2024рр. Його частка у власному капіталі підприємства становить 27301 тис. грн.

Проведений нами аналіз нерозподіленого прибутку показав, що він займає найбільшу частину у власному капіталі. З 2022 року по 2024 роки частка нерозподіленого прибутку зростає в середньому на 36,6%. Це є негативним знаком, тому що це свідчить про зростання зобов'язань підприємства. Він включає суми накопичених прибутків та збитків за весь період діяльності товариства.

Порівняно із власним капіталом, відсоток позичкового капіталу постійно зростає в загальній структурі капіталу підприємства. У 2023 році він був 13593398 тис. грн. , що на 44,5% менше ніж у 2022 році. А у 2024 році відбулось його подальше зростання на 46,2% і він склав - 19878204 тис. грн.

Це показує зростання частки довгострокових позик та короткострокових кредитів в товаристві. Грошові потоки від кредитів та позик, а також отриманих фінансових допомог складають чисту суму надходжень та погашень позик.

Значну частку у структурі позичкового капіталу становлять поточні зобов'язання (короткострокові кредити банків) та поточна кредиторська заборгованість за товари, розрахунками з бюджетом, з оплати праці, за одержаними авансами та з учасниками, що є негативним для нашого товариства. Аналіз показав, що відбувається зростання цього показника з 1259484 тис. грн. у 2022 році до 2019060 тис. грн. у 2024 році, що свідчить про незначне зниження рівня фінансової стійкості підприємства.

Важливе місце в процесі впливу ціноутворення на управління фінансовою діяльністю підприємства займає прогнозний аналіз.

Основною метою прогнозного аналізу є виявлення в процесі фінансово-господарської діяльності товариства змін у значеннях показників, що впливають на можливість покращити чи погіршити його фінансовий стан на перспективу.

Визначення перспектив розвитку товариства «Нова Пошта» на 2025 рік потребує розрахунків та проведення прогнозного аналізу техніко-економічних показників його фінансової діяльності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Прогнозний аналіз динаміки основних техніко-економічних показників
ТОВ «Нова Пошта» на 2025 рік

Показники	2022	2023	2024	Середнє значення	Відхилення, %			Прогноз на 2025 рік
					2023/ 2022	2024/ 2023	Середнє значення	
1	2	3	4	$5=\frac{2+3+4}{3}$	6	7	$8=\frac{6+7}{2}$	$9=\frac{5 \times 8}{100\%}$
Необоротні активи, тис.грн.	12319191	18769254	24429066	18505837	150,1	133,5	141,8	25241276
Оборотні активи, тис. грн.	3435729	4332452	7037517	4935232	126,5	162,8	144,7	7141280
Власний капітал, тис. грн.	6516072	9508308	11588379	13319224	146,2	121,1	133,7	17807802
Позиковий капітал, тис.грн.	9238848	13593398	19878204	14236816	144,5	146,2	145,4	20700330
Валюта балансу, тис.грн.	15754920	23101706	31466583	23441069	153,4	134,8	144,1	33778580
Чистий прибуток, тис. грн.	2135960	3967156	2500331	2867815	185,7	64,1	124,9	3581900

На рисунку 2.4 наведено динаміку показників товариства на прогнозований 2025 році.

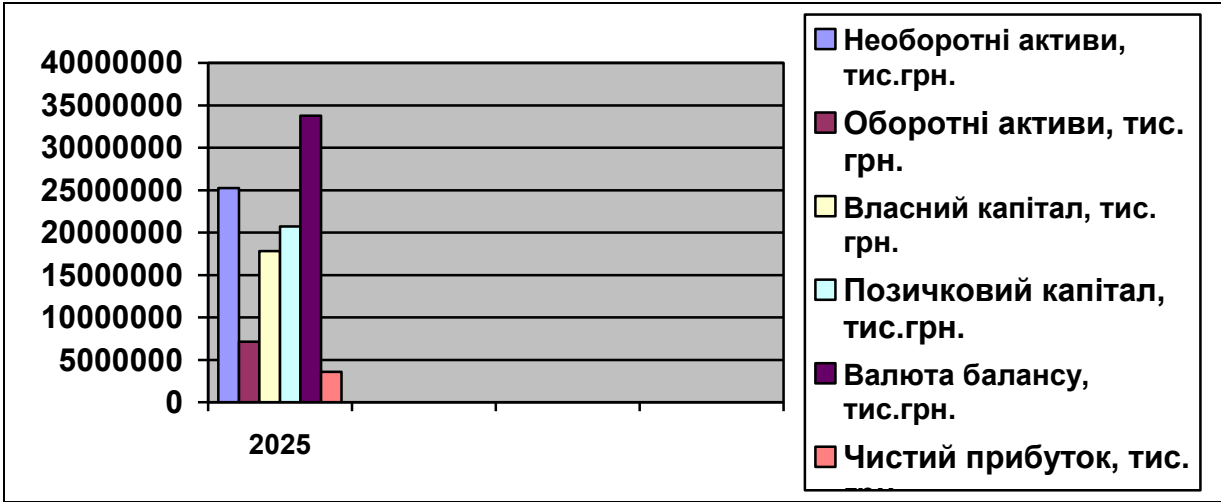


Рис. 2.4 Динаміка зміни показників ТОВ «Нова Пошта» на 2025 рік

Проведений нами аналіз техніко-економічних показників на 2025 рік показав прогнозоване збільшення практично усіх їх значень порівняно з 2022-2024 роками на ТОВ «Нова Пошта», що оцінюється позитивно.

Так у 2025 році прогнозується збільшення оборотних активів підприємства до 7141280 тис.грн., порівняно з 2024 роком, що є позитивним для товариства в майбутньому. Також бачимо, що відбудеться зростання власного капіталу товариства до 17807802 тис.грн., що позитивно вплине на його фінансову залежність від позичок та кредитів. У 2025 році за розрахунками, валюта балансу очікується у розмірі 33778580 тис. грн., що на 8,9% більше ніж у 2024 році. Таке збільшення є позитивним для підприємства. Також у 2025 році очікується зростання необоротних активів до 2568329 тис. грн., позичкового капіталу підприємства до 25241276 тис.грн., чистого прибутку до 3581900 тис. грн. Визначене нами фінансове становище є оптимістичним для майбутньої економічної діяльності товариства в складних умовах військового конфлікту.

2.3. Параметричний та факторний аналіз показників фінансового стану підприємства

Динаміку фінансового стану підприємств логістичного напрямку можна оцінити за певний період часу, в нашому випадку за три роки з 2022 по 2024 роки. На цю перспективу критерієм оцінки фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність, тобто здатність своєчасно і в повному обсязі розраховуватися за короткостроковими та довгостроковими зобов'язаннями.

Підхід до управління ліквідністю полягає в тому, щоб забезпечити, наскільки це можливо, достатню ліквідність для виконання своїх зобов'язань у разі необхідності, як за звичайних, так і за нестандартних умов, не зазнаючи значних збитків або ризикуючи зашкодити репутації Групи.

Розсудлива система управління ліквідністю передбачає підтримку достатньої кількості грошових коштів та цінних паперів, що підлягають обміну, а також наявності фінансування для виконання існуючих зобов'язань.

Показник платоспроможності характеризує загальну здатність розраховуватись по зобов'язаннях. Групування активів підприємства відносно їх ліквідності показане у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Групи активів підприємства відносно їх ліквідності

Групи	Умовне позначення	Характеристика
Високоліквідні	A ₁	Грошові кошти і поточні фінансові інвестиції
Швидколіквідні	A ₂	Дебіторська заборгованість, яка буде погашена за умовами договорів
Повільноліквідні	A ₃	Запаси (сировина й матеріали, незавершене виробництво тощо) та інші оборотні активи (зокрема, дебіторська заборгованість, строк сплати якої минув), витрати майбутніх періодів
Важколіквідні	A ₄	Активи, що передбачено використовувати більше одного року (або операційного циклу, якщо він перевищує рік), необоротні активи та групи вибуття

Групування пасивів підприємства за термінами погашення наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Групування зобов'язань підприємства

Групи	Умовне позначення	Характеристика
Найбільш термінові	П ₁	Поточні зобов'язання за розрахунками
Короткострокові	П ₂	Короткострокові кредити та позикові кошти
Довгострокові	П ₃	Довгострокові зобов'язання
Постійні	П ₄	Зобов'язання перед власниками з формування власного капіталу

Аналіз ліквідності балансу ТОВ «Нова Пошта» та результати його проведення зобразимо у вигляді таблиці 2.7.

Слід зазначити, що баланс вважають ліквідним, якщо $A_1 \geq P_1$, $A_2 \geq P_2$, $A_3 \geq P_3$, $A_4 \leq P_4$.

Таблиця 2.7

Групування активів і пасивів за ступенем їх ліквідності

ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр., тис. грн.

Активи, тис. грн	2022	2023	2024	Пасиви, тис. грн.	2022	2023	2024
Найбільш ліквідні, А1	746785	1083051	2992041	Поточні зобов'язання за розрахунками, П1	5451218	8256398	10747815
Середньо ліквідні, А2	1840403	2420031	3201315	Короткострокові кредити банків та позики, П2	76000	76000	697478
Низько ліквідні, А3	848541	829370	844161	Довгострокові зобов'язання, П3	3787630	5337000	9130389
Важко ліквідні, А4	12319191	18769254	24429066	Постійні пасиви, П4	6440072	9432308	10890901
Баланс	15754920	23101706	31466583	Баланс	15754920	23101706	31466583

Баланс вважають ліквідним, якщо $A1 \geq P1$, $A2 \geq P2$, $A3 \geq P3$, $A4 \leq P4$.

Як видно з розрахованих даних таблиці 2.7, що баланс підприємства є не дуже ліквідний, оскільки виконуються не всі умови ліквідності ($A1 \leq P1$, $A2 \geq P2$, $A3 \leq P3$, $A4 \geq P4$), показано велика кількість важколіквідних активів (необоротних активів), яка не покривається власним капіталом товариства, також зростає величина поточних та довгострокових зобов'язань у товаристві, така тенденція спостерігається протягом 2022-2024 років.

Далі для проведення подальшого аналізу фінансового стану товариства розрахуємо наступні коефіцієнти [40, с.259]:

– коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт покриття, коефіцієнт загальної ліквідності) – який дає загальну оцінку ліквідності активів, показуючи, скільки гривень поточних активів підприємства припадає на одну гривню поточних зобов'язань.

Коефіцієнт поточної ліквідності ($K_{пл}$) визначається за формулою 2.1:

$$K_{пл} = \frac{OA}{ПЗ}, \quad (2.1)$$

де OA – оборотні активи,

$ПЗ$ – поточні зобов'язання.

– коефіцієнт швидкої ліквідності (миттєвої ліквідності) – враховує якість оборотних активів. При його розрахунку враховуються найбільш ліквідні поточні активи (крім запасів).

Коефіцієнт швидкої ліквідності розраховується за формулою 2.2:

$$K_{шл} = \frac{OA - З}{ПЗ}, \quad (2.2)$$

де $З$ – запаси

– коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина поточних (короткострокових) зобов'язань може бути погашена негайно.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності розраховується за формулою 2.3:

$$K_{ал} = \frac{ГК}{ПЗ}, \quad (2.3)$$

де $ГК$ – грошові кошти та їх еквіваленти.

Динаміку змін показників ліквідності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр., покажемо у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

Показник	Оптимал. значення	2022	2023	2024	Відхилення			
					Абсолютне, тис. грн.		Відносне, %	
					2023/ 2022	2024/ 2023	2024/ 2022	2024/ 2023
1	3	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0.2-0.3	0,14	0,13	0,27	-0,01	0,14	92,9	207,7
Коефіцієнт термінової ліквідності	> 0.5	0,55	0,48	0,62	-0,07	0,14	87,3	129,2
Коефіцієнт загальної ліквідності	2-2.5	0,63	0,53	0,65	-0,10	0,12	84,1	122,5
Коефіцієнт співвідношення КЗ і ДЗ	-	1,05	1,25	1,03	0,20	-0,22	120,2	82,4
Коефіцієнт мобільності активів	>0.5	0,55	0,50	0,56	-0,05	0,06	90,9	112,1
Коефіцієнт співвідношення активів	>1	0,9	1,1	1,3	0,2	0,1	122,3	118,2

В результаті проведених розрахунків показників ліквідності, нами було визначено, що не всі розраховані коефіцієнти ліквідності відповідають оптимальним значенням.

Аналіз за 2022-2024 роки коефіцієнту абсолютної ліквідності показав, що він був в межах 0,14 - 0,27, що менше або біля нормативного значення. У 2023 році він зменшується на 7,1% порівняно з 2022 роком, це спричинене скороченням грошових коштів у 2023 році та зростанням поточних зобов'язань, а у 2024 році порівняно з 2023 роком відбувається його зростання на 7,7%, що позитивно впливає на діяльність товариства.

Наведені розрахунки коефіцієнта загальної ліквідності за 2022-2024рр. показують, що він знаходився нижче норми і становив відповідно по роках - 0,63, 0,53, 0,65, це говорить про те, що грошові кошти можуть в достатній кількості погасити поточні зобов'язання. При такому значенні показника підприємство є не завжди платоспроможним, покращити свій стан зможе якщо зуміє збалансувати і синхронізувати приплив і відплив коштів за обсягом і термінами.

Аналіз показника термінової ліквідності за період 2022-2024 рр. визначив, що він знаходиться на достатньому рівні, або навіть вище. Спостерігається його зростання у 2024 році порівняно з 2023 роком на 29,2 пункти. Основна частка погашення поточних зобов'язань припадає на дебіторську заборгованість, як видно з показника абсолютної ліквідності, грошові кошти не повністю забезпечують оптимальне погашення поточних зобов'язань.

Нами наведена тенденція до коливання показника мобільності активів на нашому підприємстві за 2022-2024роки. У 2024 році цей показник становив 0,56, що більше нормативу, а у 2023 році він дорівнював 0,50, що відповідає його оптимальному значенню. Тому ми можемо припустити, що активи підприємства достатньо мобільні, адже їхня частка у загальних активах підприємства знаходиться вище оптимальних значень.

Аналіз коефіцієнту співвідношення кредиторської заборгованості показав, що у 2024 році він становив 1,03 тобто на 1 грн. дебіторської заборгованості припадає

1,03 грн. кредиторської заборгованості, це є негативним для підприємства. У 2023 році цей показник становив 1,25, а у 2022 році він склав 1,05.

Окремі науковці вважають, що така тенденція свідчить про нераціональне використання засобів, оскільки підприємство залучає в оборот менше засобів, чим одержує обороту. Але практична оцінка інша - позитивна, оскільки підприємство повинне погасити свої борги незалежно від стану дебіторської заборгованості.

Нами розрахований коефіцієнт співвідношення активів показує як відносяться між собою оборотні та необоротні активи підприємства. Оптимальне його значення більше 1, тобто оборотні активи мають перекривати необоротні. У нашому випадку цей показник близький до норми, а в окремі роки і вище норми. У 2024 році він становив 1,3, а у 2023 році дорівнював 1,1, а у 2022 році – 0,9.

В подальшому, для аналізу визначимо загальний коефіцієнт платоспроможності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

У 2022 році він становив - 1,14, у 2023 – 1,06, у 2024 – 1,17. Тобто, ми спостерігаємо тенденцію до зростання рівня платоспроможності товариства, що оцінюється у його фінансовій діяльності позитивно.

Відобразимо на рисунку 2.5 динаміку зміни коефіцієнтів ліквідності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 роки.

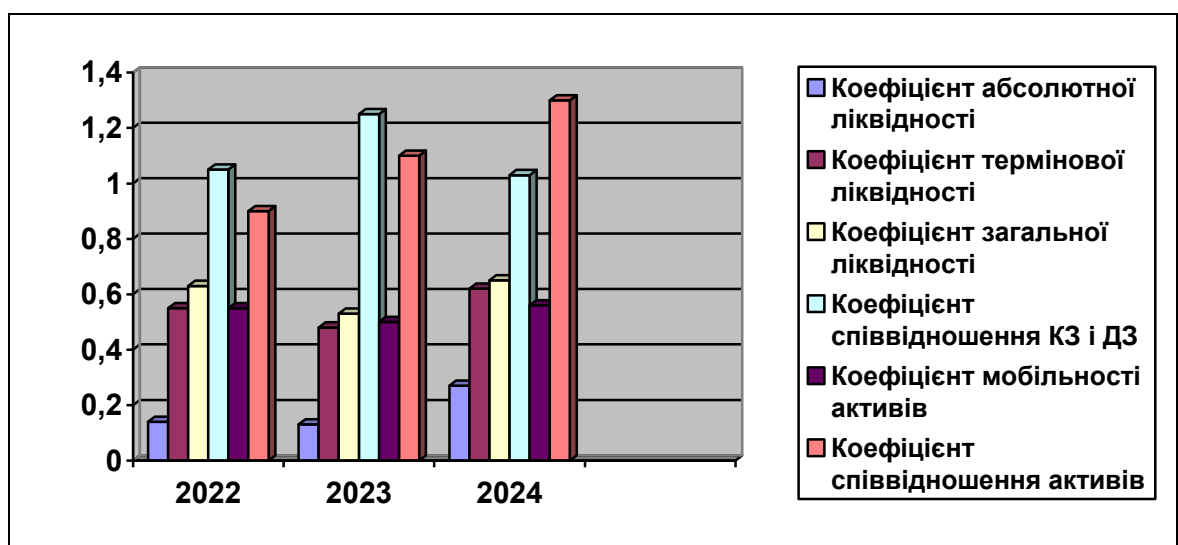


Рис.2.5 Динаміка зміни коефіцієнтів ліквідності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

Одним із основних показників, які використовують для аналізу фінансового стану підприємства є показник рентабельності. Це і якісний і кількісний показник ефективності діяльності підприємства логістичного напрямку.

Одже, підприємство є рентабельним, якщо суми виручки достатньо не тільки для сплати витрат на виробництво, але і для отримання прибутку. Таким чином, рентабельність характеризує ефективність його роботи, дає уявлення про спроможність підприємства збільшувати свій капітал.

Динаміку основних показників рентабельності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 роки наведемо у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.						
Показник	Економічна сутність показника	2022	2023	2024	Відхилення	
					Абсолютне, тис. грн.	
					2023/ 2022	2024/ 2023
Рентабельність діяльності	Характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.	2,29	2,74	2,69	0,45	-0,05
Рентабельність активів (економічна рентабельність)	Характеризує рівень прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом.	1,35	1,72	0,79	0,37	-0,93
Рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність)	Характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в дане підприємство	0,39	0,50	0,63	0,11	0,23
Рентабельність реалізованої продукції (за прибутком від реалізації)	Показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки	1,52	1,65	1,57	0,13	-0,08
Рентабельності виробничих фондів	Показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю вартості виробничих фондів	1,55	1,60	1,57	0,05	-0,03

Проведемо аналіз отриманих показників для нашого товариства за 2022-2024 роки. Бачимо що протягом даного періоду рентабельність діяльності становила 2,29 – 2,69 відповідно. Даний показник скоротився за період на 0,05 пунктів порівняно з 2023 роком, що свідчить про незначний спад ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Аналіз показав, що у 2024 році, порівняно з попереднім, рентабельність активів незначним чином зменшилась з 1,72 до 0,79. Таке зниження рівня рентабельності активів може свідчити про скорочення нагромадження активів.

Рентабельність власного капіталу є одним з основних показників інвестиційної привабливості підприємства, тому що його рівень показує верхню межу дивідендних виплат. Протягом 2022-2024 рр. цей показник збільшився і сягнув рівня 0,39-0,63, що є позитивним для підприємства.

Стосовно рентабельності реалізованої продукції то ми спостерігаємо її зменшення у 2024 році в порівнянні із 2023 відповідно на 0,08 пункти, ця тенденція є не дуже і показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки, тобто характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності.

Аналіз рентабельності виробничих фондів у 2022 році становила 1,55, а у 2023 році цей показник зріс до 1,60. Протягом 2023-2024 рр. він зменшується на 0,03 пункти. Отже, бачимо, що виробничі фонди використовуються не дуже ефективно, адже чим більше чистого прибутку припадає на одиницю вартості основних виробничих фондів, тим ефективніше вони використовуються.

Далі розглянемо аналіз фінансової діяльності підприємства, а саме аналіз показників його ділової активності.

Ділова активність – це весь комплекс, що спрямовує підприємство на ринках продукції, праці, капіталу. Тобто, це виробнича та комерційна діяльність. Якісними критеріями ділової активності можуть бути наступні: широта ринків збуту продукції підприємства; наявність унікальної продукції; висока репутація підприємства; стійкість зв'язків з партнерами товариства, наявність у підприємства продукції на експорт тощо.

Позитивна динаміка цих показників сприяє зміцненню фінансового стану підприємства. Оцінка ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності ТОВ «Нова Пошта», які характеризуються швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства. Розрахунок показників, що характеризують ділову активність підприємства наведено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Нова Пошта»
за 2022-2024рр.

Показники	2022	2023	2024	Відхилення			
				Абсолютне, тис. грн.		Відносне, %	
				2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
1	4	5	6	7	8	9	10
Коефіцієнт оборотності капіталу	0,53	0,50	0,60	-0,03	0,10	94,4	120,1
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,75	0,67	0,77	-0,08	0,10	89,1	114,9
Коефіцієнт оборотності запасів	0,83	1,05	0,95	0,22	-0,10	126,5	90,5
Коефіцієнт оборотності товарної продукції	1,75	1,41	1,60	-0,34	0,19	80,6	113,5
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,91	1,22	0,97	0,31	-0,25	134,1	79,5
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,34	0,36	0,35	0,02	0,01	105,9	97,2

Наведені розрахунки показників ділової активності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 роки показали, що коефіцієнт оборотності капіталу, який відображає швидкість обороту загального капіталу підприємства з кожним звітним періодом має коливання в розрахунках. У 2022 році він становив 0,53, у 2023 році зменшився на 16,6, та склав – 0,50, а в 2024 році збільшився на 20,1 та становив – 0,60.

Розрахований коефіцієнт оборотності власного капіталу характеризує ефективність використання активів, сформованих за рахунок власного капіталу. У 2023 році даний коефіцієнт зменшився порівняно з 2022 роком на 18,9% і становив 0,67. У 2024 році відбулось зростання цього коефіцієнту на 14,9% і він становив – 0,77. Це говорить про підвищення рівня продажу товарної продукції, а також про ефективне використання власного капіталу та ділової активності у товаристві..

Коефіцієнт оборотності запасів характеризує інтенсивність використання запасів підприємства та показує, як часто обертаються запаси для забезпечення поточного обсягу реалізації послуг. Аналіз динаміки даного показника, показав, що він коливається за аналізований нами період часу. У 2023 році показник збільшився і становив 1,05, а у 2023 році відбувається його зменшення до 0,95 пунктів. Зменшення даного коефіцієнту свідчить, що підприємство накопичило свої запаси та ефективно їх не використовує для функціонування товариства.

Аналіз коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості за 2022-2024 роки має тенденцію до коливання. Зниження цього показника означає збільшення обсягів короткострокових кредитів, який взяло наше товариство для свого розвитку. Аналіз наступного показника - коефіцієнту оборотності кредиторської заборгованості свідчить про розширення або зниження довгострокових кредитів та позик, що надаються товариству. Коефіцієнт протягом аналізованого періоду мав тенденцію до коливання 2022 році становив 0,34, в 2023 році – 0,36 та у 2024 році – 0,35. Зменшення показника свідчить про зниження швидкості сплати заборгованості підприємства.

Надалі нами буде проведений факторний аналіз фінансово-економічної діяльності товариства за окремими показниками (факторами). Сутність його полягає у тому, що послідовно розглядається вплив кожного фактора на результуючий показник за незмінності інших факторів. Практична реалізація проведення факторного аналізу передбачає, в першу чергу, визначення типу факторної моделі.

В практиці виділяють детермінований та стохастичний типи, однак для оцінки фінансового стану підприємства, як правило, використовують детермінований, оскільки для нього є характерним функціональний зв'язок факторів з досліджуваним (результативним) показником [52].

З метою деталізації проведемо факторний аналіз чинників, що здійснювали вплив на коефіцієнти з використанням прийому ланцюгових підстановок та «відносних різниць».

Розглянемо перший метод факторного аналізу – прийом ланцюгових підстановок та другий метод - відносних різниць на прикладі динаміки коефіцієнта фінансування. Аналіз динаміки коефіцієнта фінансування та факторів, які здійснюють на нього вплив на ТОВ «Нова Пошта» у 2022-2024 роках наведено у таблиці 2.10.

Здійснимо факторний аналіз методом ланцюгових підстановок для коефіцієнта фінансування на ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр. (табл. 2.10).

Метод абсолютних різниць:

1. Зміна коефіцієнта у 2024р. відносно 2023р.

Визначаємо розмір впливу власного капіталу на рівень коефіцієнта фінансування:

$$\Delta K_f = (Tr^{вк.} - 100) / 100 * K_f^{2023} \quad (2.4)$$

де $Tr^{вк.}$ – темп росту власного капіталу у 2024 р.;

K_f^{2022} – коефіцієнт фінансування у 2023 р.

$$\Delta K_f = (121,1 - 100) / 100 * 0,9 = 0,234$$

Таблиця 2.10

Аналіз динаміки коефіцієнта фінансування ТОВ «Нова Пошта»
за 2022-2024 рр. з використанням методу ланцюгових підстановок

Показники	Ум. познач.	Роки			Абсолютне відхилення, тис. грн.		Відносне відхилення, %	
		2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
Власний капітал, тис. грн.	X1	6516072	9508308	11588379	2992236	2080071	146,2	121,1

Продовження таблиці 2.10

Позиковий капітал, тис. грн.	X2	9238848	13593398	19878204	4354550	6284806	144,5	146,2
Коефіцієнт фінансування	Y	0,80	0,90	0,85	0,10	-0,05	112,5	94,4

Визначаємо розмір впливу вартості позикового капіталу на рівень коефіцієнта фінансування:

$$K\phi. = (Tr^{K\phi} - Tr^{o.a.}) / 100 * K\phi.^{2024} \quad (2.4)$$

де $Tr^{K\phi}$ – темп росту коефіцієнта фінансування у 2024 р.

$Tr^{o.a.}$ – темп росту власного капіталу у 2024 р.

$K\phi^{2022}$ – коефіцієнт фінансування у 2024 р.

$$K\phi = (94,4 - 121,1) / 100 * 0,85 = -0,314$$

Загальний розмір впливу за обома факторами:

$$Y(X1, X2) = 0,234 - 0,314 = -0,080$$

Таблиця 2.11

Факторний аналіз коефіцієнта фінансування ТОВ «Нова Пошта» методом ланцюгових підстановок у 2024 відносно 2023 року

№ підстановки	Фактори, які впливають на показник		Результуючий показник Y	Величина впливу фактора
	X1	X2		
"0"	9508308	11588379	0,890	-
"1"	13593398	11588379	1,140	0,420
"2"	13593398	19878204	1,305	0,785
Загальний вплив факторів				-0,080

Аналіз проведених розрахунків, у 2024 році показав, що власний капітал збільшився на 21,1%, також відбулось зростання позикового капіталу на 46,2% у порівнянні з 2023 роком. У зв'язку з цим, коефіцієнт фінансування зменшився на 5,6 пунктів та становив 0,85. Сумісний вплив обох факторів призвів до

відповідного скорочення коефіцієнта фінансування на 0,080 пункти, що є не дуже позитивним для товариства.

Наступним важливим показником для аналізу фінансового стану підприємства логістичного напрямку є визначення динаміки показників фінансової стійкості. Він показує такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство здатне забезпечити безперервний процес логістичної діяльності, а також покрити затрати на своє розширення і оновлення.

Динаміку коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр. наведено у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Аналіз фінансової стійкості ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр.

Показник	Економічна сутність показника	Оптимальне значення	2022	2023	2024	Відхилення			
						Абсолютне, тис. грн.		Відносне, %	
						2023/2022	2024/2023	2023/2022	2024/2023
Коефіцієнт економічної незалежності (автономії)	Характеризує частку власного капіталу у загальній вартості ресурсів	> 0,5	0,41	0,42	0,34	0,01	-0,08	102,4	81,0
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	Характеризує ступінь участі позикового капіталу у формуванні ресурсів	< 0,5	0,95	1,10	1,15	0,15	0,05	122,3	104,5
Коефіцієнт фінансування	Показує, співвідношення між власним і залученим капіталом	> 1,0	0,80	0,90	0,85	0,10	-0,05	112,5	94,4
Коефіцієнт маневреності	Показує, яка частка власного капіталу вкладена у найбільш мобільні активи	> 0,5	0,60	0,52	0,70	-0,08	0,18	86,7	134,6
Коефіцієнт інвестування	Характеризує, яка частка основних засобів фінансується за рахунок власного капіталу	-	0,75	0,80	0,82	0,05	0,02	106,7	102,5

Продовження таблиці 2.12

Коефіцієнт фінансової стабільності	Характеризує частку стабільних джерел фінансування у їх загальному обсязі	>0,5	0,58	0,65	0,72	0,07	0,07	112,1	110,8
Коефіцієнт фінансового левериджу	Свідчить про залежність підприємства від довгострокових зобов'язань	<0,25	0,09	0,11	0,16	0,02	0,05	122,3	145,5

Наведений нами аналіз показників фінансової стійкості за 2022-2024 рр. показав, що ТОВ «Нова Пошта» є відносно стійким товариством на протязі усього періоду дослідження та майбутню перспективу.

Коефіцієнт економічної незалежності (автономії) характеризує частку власного капіталу в загальній сумі ресурсів підприємства. Так у 2024 році показник автономії становив 0,34, це є трохи менше оптимального значення, у 2023 році він був на рівні 0,42, а у 2022 році він склав 0,41. Така тенденція оцінюється не дуже позитивно, оскільки у загальній вартості ресурсів збільшується позиковий капітал і переважають позикові кошти.

У зв'язку із коливанням коефіцієнта автономії обернений до нього коефіцієнт, концентрації позичкового капіталу, навпаки, зростає, це спричинене збільшенням частки позичкового капіталу (довгострокових та короткострокових позик) у загальній вартості ресурсів.

Аналіз показав, що у 2024 році спостерігається зменшення коефіцієнта фінансування на 5,6 пунктів порівняно із 2023 роком, коли він складав 0,90. Це є позитивним для підприємства, оскільки власного капіталу стає більше ніж залученого (позичкового).

Проведений нами розрахунок коефіцієнту маневреності показав, що він становив у 2024 році 0,70, у 2023 році – 0,52, а у 2022 році він дорівнював 0,60. Чітких рекомендацій у значенні цього коефіцієнта немає, але вважається, що його значення повинно бути не менше 0,5, що дозволить забезпечити достатню гнучкість у використанні власного капіталу. Такі показники свідчать про те, що

основна частина власного капіталу вкладена у не у мобільні активи, переважно це основні засоби.

Розрахунки протягом 2022-2024 рр. коефіцієнта інвестування показали, що він має тенденцію до зростання. У 2022 році він становив 0,75, у 2023 році він збільшився до 0,80, а у 2024 році відбулось його подальше зростання на 3,5 пункти до 0,82, що є позитивним для товариства, оскільки свідчить, що основні засоби повністю фінансуються за рахунок власного капіталу.

Характеризуючи коефіцієнт фінансової стабільності бачимо, що він знаходиться трохи більше нормативного значення, та спостерігається позитивна його динаміка протягом досліджуваного періоду. У 2022 році мав оптимальне значення 0,58, а протягом 2023-2024 рр., він становив 0,65 - 0,72 відповідно. Це свідчить про збільшення частки стабільних джерел фінансування на підприємстві у їх загальному обсязі.

Коефіцієнт фінансового левериджу показує залежність підприємства від довгострокових зобов'язань, і має становити не більше 25% від суми власного капіталу [63, с. 17]. На досліджуваному підприємстві ця залежність існує протягом усього періоду дослідження 2022-2024 рр. (коефіцієнт становить 0,09-0,16), що оцінюється не дуже позитивно.

Наступним етапом для визначення динаміки фінансового стану нашого підприємства за 2022-2024 роки, є використання узагальнюючих показників, фінансової стійкості, розрахунок яких представимо у таблиці (табл. 2.13).

При оцінці фінансового стану слід врахувати залежність:

1 Якщо $E1, E2, E3 > 0$ – то підприємство має абсолютну фінансову стійкість,

2 Якщо $E1 < 0, E2 > 0, E3 > 0$ – то підприємство має нормальну фінансову стійкість,

3 Якщо $E1 < 0, E2 < 0, E3 > 0$ – то підприємство має нестійке фінансове положення,

4 Якщо $E1, E2, E3 = 0$ – то підприємство має кризовий фінансовий стан.

Таблиця 2.13

Динаміка узагальнюючих показників фінансової стійкості

ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр. тис. грн.

Показники	Алгоритм розрахунку	2022	2023	2024
1. Наявність власного оборотного капіталу для формування запасів	$B = BK - HA$	5803119	9260946	12840687
2. Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових кредитів та позик, інших довгострокових зобов'язань для формування запасів	$BD = B + D3$	560744	2011303	1364411
3. Наявність власного оборотного капіталу, довгострокових зобов'язань та короткострокових кредитів для формування запасів	$3K = BD + KK$	484744	1935303	1433889
4. Запаси	$3п$	422156	413811	398124
5. Надлишок (нестача) власного оборотного капіталу для покриття запасів	$\Phi^B = B - 3п$	5380963	8847135	12442563
6. Надлишок (нестача) власного оборотного капіталу, довгострокових зобов'язань та кредитів для покриття запасів	$\Phi^{BD} = BD - 3п$	138588	1597592	966287
7. Надлишок (нестача) власного оборотного капіталу, довгострокових зобов'язань та короткострокових кредитів для формування запасів.	$\Phi^{3K} = 3K - 3п$	62588	1521492	1035765
8. Запас стійкості фінансового стану, дні	$3C = \Phi^{3K} * 360 / B$ (рядок 035 Ф2)	3,9	5,9	2,9
9. Надлишок (+), нестача (-) джерел фінансування на 1 грн. запасів, грн..	$D = \Phi^{3K} / 3п$	1,5	3,7	2,6
10. Номер типу фінансової ситуації відповідно до класифікації	1 або 2 або 3 або 4	1-нормальний фін стан	1-нормальний фін стан	1-нормальний фін стан

Проведені дослідження та аналіз показників, що характеризують фінансовий стан товариства, показали, що ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024 рр. знаходиться у відносно стійкому фінансовому становищі та має перспективи на його покращення в майбутньому.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «НОВА ПОШТА»

Сьогодні у світі ключову роль у зв'язку між споживачами та ринками збуту виконують логістичні компанії та оператори експрес-доставки і Україна не є тут винятком. Зростанню популярності експрес-доставки сприяли карантинні обмеження через пандемію Covid-19 та воєнний стан в Україні.

Фахівці передбачають подальше зростання онлайн-торгівлі в державі протягом наступних двох-трьох років, що, у свою чергу, призведе до збільшення ринку експрес-доставки. Таким чином, необхідність розвитку цього ринку послуг є очевидною та обумовлена сучасними вимогами і очікуваннями клієнтів [1].

З урахуванням перспектив для подальшого розвитку даного сегменту, компанії, які працюють у сфері експрес-доставки, повинні активно застосовувати сучасні маркетингові інструменти для задоволення потреб існуючих клієнтів, привертання уваги нових та підвищення конкурентоспроможності.

Ринок експрес-доставки, який останнім часом є одним з найдинамічніших сегментів ринку логістичних послуг, демонструє значний потенціал і швидке зростання. У зв'язку зі збільшенням споживчого попиту, високою конкуренцією на ринку експрес-доставки та взаємодією із зовнішнім середовищем, операторам необхідно шукати нові методи розвитку і просування, застосовувати нові підходи та інструменти для залучення та обслуговування клієнтів. Очевидно, що розвиток експрес-послуг є необхідністю, яка буде визначатися часом та потребами клієнтів [2].

Кур'єрські служби відіграють ключову роль у підтримці економічної, соціальної та інших галузей. Сфера експрес-доставки пропонує широкий спектр послуг, зокрема поштові, фінансові, рекламні та інші види зв'язку. Зі зростанням популярності онлайн-торгівлі, потенційні покупці мають окрім

традиційних, також доступ до інноваційних продуктів, які не завжди доступні у їхньому регіоні. Це створює необхідність у доставці, яка відповідає критеріям максимальної швидкості, зручності та доступності [3].

Тому проблема покращення якості послуг, прискорення доставки та спеціалізація логістичних процесів стали ключовими факторами для подолання економічних труднощів у бізнесі. Ті компанії, які здатні знижувати постійні та змінні витрати з мінімальними втратами робочих місць, можуть пережити спад на ринку логістики і залишатися конкурентоздатними.

Подальший негативний розвиток подій в політичних, макроекономічних умовах або умовах зовнішньої торгівлі може і надалі негативно впливати на фінансовий стан і результати діяльності компаній таким чином, який поки не може бути визначений.

ТОВ «Нова Пошта», лідер українського ринку експрес-доставки, доставляє документи, посылки та вантажі в усі куточки країни швидко, зручно та надійно. Якісна перевага полягає в тому, що сьогодні кожен третій українець регулярно користується послугами компанії, довіряючи їй найцінніші документи, речі та вантажі або замовляючи товари в інтернет-магазині з доставкою ТОВ «Нова Пошта» [5].

Основними перевагами, які використовує Компанія в межах конкурентного середовища на ринку є:

- Доступність;
- Простота використання сервісів;
- Мобільність та мережеве покриття;
- Оперативність;
- Безпека;
- Ціна сервісів.

Технічний персонал підприємства постійно працює над оптимізацією та автоматизацією технологічних режимів та процесів, займається модернізацією технічного та технологічного обладнання.

Слід також зазначити, що ТОВ «Нова Пошта» активно створює та управляє різними кур'єрськими службами (наприклад, EXmoto, TNT Express, ACD Express), основним видом діяльності яких є доставка листів, кореспонденції та посилок. Станом на кінець 2024 року ТзОВ «Нова Пошта» має частку ринку 70-75% для письмової кореспонденції та 80-85% для посилок [5, 9].

На сьогоднішній день, у зв'язку з існуванням певних особливостей у логістичній галузі, слід виділити основні фактори впливу на якість фінансової діяльності товариства:

1. Вплив макросередовища на діяльність оператора експрес-доставки.

Найбільше на роботу ТОВ «Нова Пошта» впливають соціально-культурні фактори та економічні фактори, а саме розширення проникнення сучасної он-лайн-торгівлі у життя; міграція економічно активного населення та погіршення платоспроможності населення; доступ до зарубіжних ринків і глобальних торговельних платформ (eBay, Amazon).

2 Вплив мікросередовища формується силами, які безпосередньо впливають на саму компанію та її здатність обслуговувати клієнтів. Тому їх детальний аналіз має вирішальне значення для формулювання ефективної стратегії. Для проведення такого аналізу слід використовувати модель п'ятиконкурентних сил М. Портера [13, 14].

Нами були визначені ключові стратегічні рішення, які впливають на сучасний розвиток підприємств логістичного напрямку (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Стратегічні рішення для розвитку підприємств логістичного напрямку

Фактор	Вплив на галузь	Вплив на підприємство	Доцільні стратегічні рішення
Економічні фактори			
Погіршення платоспроможності населення	Розвиток послуг з експрес-доставки. Запобігання монополізації.	Постійний розвиток необхідний для забезпечення споживачів якісними послугами	Безконтактна доставка кур'єром. Споживачам надається великий вибір товарів з можливістю безконтактної доставки до їхніх дверей.

Продовження таблиці 3.1

Доступ до зарубіжних ринків і глобальних торговельних платформ (eBay, Amazon)	Збільшення конкуренції на ринку операторів доставки	Постійний розвиток з обслуговування клієнтів. Моніторинг конкурентного ринку	Побудова довгострокових партнерських відносин із торговельними платформами (eBay, Amazon)
Рівень інфляції, відсоткові ставки	Зниження облікової ставки вплине на вартість кредитів для бізнесу	Інфляція затримує реалізацію стратегічних рішень у оператора експрес-доставки	Більше локальних інновацій: зменшення ваги посилки та зменшення ціни за послугу. Оптимізація витрат на маркетингові комунікації.
Розвиток безготівкової економіки	Ріст ринку експрес-доставки з подвійною швидкістю	Зростання прибутку для підприємства	Введення в послуги поштоматів: робота над мінімізацією участі людини у видаванні посилок
Соціально-культурні фактори			
Розширення проникнення сучасної онлайн-торгівлі у життя	Поява великої кількості інтернет-магазинів	З'являються нові оператори експрес-доставки - конкуренти	Створення довготривалих партнерських відносин з інтернет-магазинами та партнерами через мережу відділень.
Міграція економічно активного населення	Зменшення росту ринку експрес-доставки	Менше клієнтів користуються послугами оператора.	Постійний моніторинг рівня задоволеності клієнтів послугами доставки.
Образ життя та звички споживачів	Розвиток ринку операторів експрес-доставки	Переорієнтація споживачів з цінових на якісні параметри послуг	Регулярний аналіз ринку експрес-доставки та своєчасне реагування на його зміни.
Урбанізація населення	Ріст ринку експрес-доставки	Збільшення клієнтів на послуги оператора	Заохочення кожного співробітника до постійного удосконалення обслуговування клієнтів.

Виділимо основні переваги діяльності логістичних компаній таких як «Нова Пошта», що впливають на покращення їх фінансової діяльності:

- Однією з найцінніших переваг «Нової пошти» є велика кількість відділень і, відповідно, легкий доступ до поштоматів.
- Застосунок компанії дуже популярний і високо цінується споживачами за його функціональність та швидкість роботи додатку.
- Задоволеність клієнтів діяльністю компанії та комунікаційною політикою через соціальні мережі.

- Висока швидкість, надійність доставки та постійне покращення сервісу.

Основними викликами на сьогодні для компанії є:

1. Втрата постійних клієнтів. Для зменшення необхідно посилювати конкурентні переваги: скорочування термінів доставки, покращення сервісу, оптимізація процесів для зниження собівартості перевезень.

2. Постійне підвищення тарифів на послуги без поліпшення якості та сервісу, введення обмежень і правил для клієнта, які значно ускладнюють процес ведення бізнесу, загострюють відносини зі споживачами на майбутнє.

4. Загроза появи нових учасників ринку та розвиток власних служб доставки великих онлайн-магазинів.

Основними стратегічними цілями ТОВ «Нова Пошта» є - підвищення пізнаваності бренду та масштабування послуг експрес-доставки, залучення нових клієнтів для забезпечення прибутку.

Стратегія розвитку діяльності товариства.

- Компанія демонструє стабільне зростання та ефективний контроль над виробничими витратами, що дозволяє їй збільшувати валовий прибуток навіть у складні економічні періоди під час війни.

- Основним продуктом компанії є відправлення та отримання посилок, що сприяє зростанню чистого доходу від реалізації послуг.

- Ринок експрес-доставки в Україні активно розвивається, що підтверджується значним зростанням кількості онлайн-покупок та збільшенням обсягу відправлень.

- Компанія має велику мережу відділень і поштоматів, що робить її послуги доступними та зручними для споживачів. Незважаючи на повномасштабну війну, компанія продовжує успішно функціонувати, демонструючи високу адаптивність та ефективність управління.

- Важливу роль у діяльності компанії відіграє її соціальна відповідальність: ТОВ «Нова Пошта» активно бере участь у гуманітарних проектах, надаючи допомогу населенню та підтримуючи армію.

- Конкуренція на ринку експрес-доставки є помірною, з основними конкурентами, такими як АТ «Укрпошта» та ТОВ «Міст Експрес». Проте, ТзОВ «Нова Пошта» вдається утримувати лідерські позиції завдяки високому рівню обслуговування, широкій мережі відділень та інноваційним підходам у роботі.

Необхідно виокремити основні напрями прогнозування фінансового стану ТОВ «Нова Пошта» на перспективу.

1. Одним із напрямів прогнозування фінансової діяльності є зростання ліквідності та зменшення зобов'язань товариства.

Внутрішні резерви підвищення ліквідності пов'язані з контролюванням фінансових планів, проведенням модернізації застарілого обладнання для покращення ефективності діяльності, оптимізацією структури виробничих потужностей, підвищенням ефективності використання основних фондів підприємства, оптимізацією запасів товарів та надання послуг, удосконаленням роботи з посилення фінансової дисципліни, розробкою заходів, що сприяють збільшенню прибутку, оптимізації структури капіталу підприємства, зменшенню дебіторської та кредиторської заборгованості.

Можливі шляхи покращення ліквідності і платоспроможності товариства безпосередньо пов'язані з:

- 1) зменшенням податкового тиску;
- 2) створенням сприятливих умов для залучення інвестицій у модернізацію виробничих потужностей;
- 3) створенням прозорих та рівних умов для всіх учасників товарного ринку, відсутністю адміністративних перешкод при здійсненні логістичної діяльності та наданні полуг в умовах військового стану;

2. Для забезпечення сталого розвитку підприємства, керівництво ставить перед собою такі стратегічні цілі протягом найближчих років:

- Оптимізація активів та виробничих процесів, з метою забезпечення достатності ліквідних активів для покриття існуючих і майбутніх зобов'язань товариства і підтримання показників рентабельності діяльності та рентабельності активів на належному рівні;

- Формування нових ринків по доставці поштових відправлень як в Україні, так і за кордоном;
- Ефективне використання фінансових механізмів;
- Визнання діяльності щодо реалізації проєктів з модернізації основних засобів і забезпечення стійкого технологічно-інноваційного розвитку як пріоритетної.

3. Зниження цін на послуги ТОВ «Нова Пошта».

Для реалізації необхідно знайти методи впровадження даного варіанту.

- Зниження ціни. Зниження ціни на постійній основі є не вигідним варіантом для підприємства.
- Зниження ціни за рахунок зменшення витрат. За рахунок зменшення витрат зниження ціни є цілком прийнятним варіантом для ТОВ «Нова Пошта». Зменшити витрати можна за рахунок транспортування, сировини, ліквідації непродуктивних витрат, зменшення розмірів амортизаційних відрахувань.
- Втрачені посилки. Впровадження системи Lost Post Service допоможе позбутися зайвих посилок на складі та можливість споживачам придбати невідому посилку за зниженою ціною. Даний метод практикується за кордоном та має попит серед населення.
- Привілегія для постійних клієнтів. Для заохочення нових клієнтів та утримання старих є можливість зробити картку постійного клієнта, яка дозволить мати певний накопичувальний відсоток знижки.
- Шеринг. Важливим є розповсюдження послуг, для цього необхідно заохочувати певними бонусами споживачів аби вони хотіли поділитися цим з тими, хто ще не користується послугами та отримати вигоду для себе.

Управління ліквідністю товариства здійснюється шляхом планування та прогнозування руху грошових коштів з визначенням джерел покриття дефіциту шляхів розміщення профіциту грошових коштів.

Основними джерелами забезпечення ліквідності виступають грошові кошти на рахунках та дебіторська заборгованість контрагентів. Потреби в ліквідності також забезпечуються через залучення короткострокових кредитних

коштів. Плани руху грошових коштів та платіжні календарі розробляються таким чином, щоб дефіцит ліквідності був забезпечений відповідними надходженнями власних або залучених коштів.

Основними зобов'язаннями товариства є кредиторська заборгованість за товари/роботи/послуги, кредиторська заборгованість з розрахунків, поточні забезпечення та інші поточні зобов'язання.

Факторами впливу на ліквідність товариства є платоспроможність його дебіторів, умови розрахунків з дебіторами та кредиторами, тривалість операційного та фінансового циклу, кон'юнктура внутрішніх та зовнішніх ринків, на яких працює товариство.

Ліквідність в цілому товариства в звітному періоді перебувала на достатньому рівні, не очікується обставин, що можуть призвести до зниження рівня ліквідності нижче мінімально необхідного для своєчасного виконання зобов'язань.

Основні підходи та інструменти, які використовуються на ТОВ «Нова Пошта» для управління та мінімізації ризиків, наступні:

1. В компанії здійснюється безперервний процес виявлення, оцінки та управління ризиками.

2. Прийняття рішень щодо реалізації всіх нових проектів, ініціатив, випуску нових продуктів здійснюється з урахуванням всебічного аналізу потенційних ризиків.

3. Компанія здійснює управління всіма істотними ризиками, що виявляються за результатами безперервного процесу ідентифікації та оцінки ризиків.

4. Нагляд за управлінням критичними ризиками здійснюється Наглядовою Радою.

5. Управління іншими ризиками знаходиться на контролі директора компанії.

У товариства виникають наступні ризики при використанні фінансових інструментів: кредитний ризик, ризик ліквідності, ринковий ризик.

1. Кредитний ризик.

Кредитний ризик - це ризик того, що одна сторона не виконає свої зобов'язання за фінансовим інструментом або контрактом на користь іншої сторони, що призведе до фінансових втрат. Група наражається на кредитний ризик від операційної діяльності (в основному, торгова дебіторська заборгованості), від фінансової діяльності, включаючи депозити в банках та фінансових установах, операції з іноземною валютою та інші фінансові інструменти.

2. Ризик ліквідності.

Ризик ліквідності - це ризик того, що Група не зможе виконати свої фінансові зобов'язання, якщо вони підлягають сплаті. Підхід до управління ліквідністю полягає в тому, щоб забезпечити, наскільки це можливо, достатню ліквідність для виконання своїх зобов'язань у разі необхідності, як за звичайних, так і за нестандартних умов, не зазнаючи значних збитків або ризикуючи зашкодити репутації Групи.

Розсудлива система управління ліквідністю передбачає підтримку достатньої кількості грошових коштів та цінних паперів, що підлягають обміну, а також наявності фінансування для виконання існуючих зобов'язань. Керівництво здійснює щоденний моніторинг ліквідності та використовує такі основні показники ефективності, як EBITDA, вільні грошові кошти, щоб забезпечити надійний моніторинг ризику ліквідності.

3. Ринковий ризик.

Ринковий ризик - це ризик того, що зміни в ринкових цінах, такі як валютні курси, відсоткові ставки та ціни на акції, впливатимуть на дохід або вартість фінансових інструментів.

Валютний ризик.

Співпраця Групи з міжнародними організаціями призводить до виникнення валютних ризиків від визнаних або запланованих майбутніх операцій.

Валютні ризики виникають у результаті оцінки та розрахунку заборгованості в іноземній валюті, яка визнається, якщо обмінний курс на дату оцінки або розрахунку відрізняється від курсу на дату визнання. Такі курсові різниці безпосередньо впливають на прибуток або збиток. З метою пом'якшення цього впливу, наскільки це можливо, усі значні валютні ризики, пов'язані з обліком в рамках Групи, агрегуються казначейством для обчислення чистої позиції по кожній валюті та хеджуються на основі вартісної міри ризику.

До основного потенціалу розвитку ТОВ «Нова Пошта» як складової логістичної компанії слід віднести:

1. Цифрову трансформацію.

Одним з головних напрямків розвитку Нової Пошти є цифрова трансформація. Це означає інтеграцію сучасних технологій в усі аспекти роботи компанії, починаючи від процесу замовлення та доставки товарів, закінчуючи внутрішніми процесами компанії. Цифрова трансформація вже призвела до появи нових сервісів, таких як відстеження посилок онлайн, безготівкова оплата та додатки для смартфонів, що забезпечують доступ до послуг Нової Пошти в будь-який час.

2. Розширення мережі відділень.

Нова Пошта планує активно розвивати свою мережу відділень по всій Україні. Основна увага при цьому приділяється маленьким містам та сільській місцевості, де ще не достатньо представлена інфраструктура курєрських служб. Розширення мережі дозволить зробити послуги Нової Пошти доступними для ще більшої кількості українців, а також підвищить якість та швидкість обслуговування клієнтів.

3. Екологічна ініціатива.

Важливим аспектом розвитку Нової Пошти є дотримання принципів сталого розвитку і впровадження екологічних стандартів. Компанія прагне зменшити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище, що включає використання енергоефективного транспорту, оптимізацію маршрутів доставки, сортування відходів і впровадження зелених технологій у своїх відділеннях.

Окрім розвитку та впровадження нових технологій, Нова Пошта приділяє значну увагу екологічним питанням. Компанія планує поступово замінити свій автопарк на екологічно чистіші транспортні засоби, такі як електромобілі та гібридні автомобілі. Це допоможе зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та знизити викиди шкідливих речовин.

Також Нова Пошта активно працює над оптимізацією маршрутів доставки для зменшення кількості пройдених кілометрів та витрати палива. Це не тільки знизить вартість доставки, але й сприятиме збереженню енергоресурсів та зменшенню забруднення довкілля.

4. Удосконалення кур'єрської служби

Кур'єрська служба є одним з ключових напрямків діяльності Нової Пошти. Компанія працює над удосконаленням цього напрямку, зокрема, над покращенням якості обслуговування, скороченням часу доставки, а також впровадженням нових сервісів для клієнтів, таких як доставка в вихідні та святкові дні, а також доставка в вечірній час.

Всі ці ініціативи демонструють перспективи та напрямки розвитку Нової Пошти як сучасної, технологічної та клієнтоорієнтованої компанії, яка прагне забезпечити якісний сервіс для своїх клієнтів. Подальші успіхи Нової Пошти в цих напрямках залежатимуть від її здатності адаптуватися до змінюваних умов ринку та відповідати на виклики, які стоять перед сектором доставки.

5. Розширення географічного охоплення

Одним із головних напрямків розвитку Нової Пошти є розширення свого географічного охоплення. Компанія планує відкриття нових відділень та встановлення додаткових поштоматів у різних містах та населених пунктах України. Це дозволить забезпечити більш швидку та зручну доставку товарів клієнтам по всій країні.

Крім того, Нова Пошта планує розширення міжнародних доставок, встановлення партнерських відділень за кордоном та підключення до світових логістичних мереж. Це відкриє нові можливості для українських компаній, які

бажають вивозити свої товари за кордон, а також допоможе залучити зарубіжних клієнтів до співпраці з Новою Поштою.

6. Впровадження технологічних інновацій

Нова Пошта активно впроваджує технологічні інновації для покращення ефективності своїх послуг. Компанія планує впровадження системи автоматизованого сортування посилок, що дозволить зменшити час доставки та помилки при сортуванні. Також планується впровадження системи відстеження посилок, яка дозволить клієнтам точно знати місцезнаходження їх вантажу на кожному етапі доставки.

Нова Пошта також працює над впровадженням електронних документів та цифрових підписів для забезпечення більшої безпеки та швидкості при оформленні та доставці посилок. Це дозволить клієнтам здійснювати всі необхідні процедури онлайн та зменшить кількість бюрократичних процесів.

Планує розвивати стартапи в Україні та сприяти їх масштабуванню, а також об'єднувати та надавати підтримку інноваторам в усій країні.

Перспективи розвитку та інновацій.

1. Попри військову агресію Нова Пошта продовжила працювати і вже з березня 2022 року активно почала налагоджувати процеси доставки, адаптуючи їх до реалій. Загалом кількість відправлень за 2024 рік перевищила 412 млн посилок та вантажів або +30% до попереднього року. Рівень NPS (Індекс споживчої лояльності) по Компанії на кінець 2024 року склав 78% клієнтів готових рекомендувати компанію.

2. Завдяки стратегії збільшення точок доступності для клієнта кількість відділень та поштоматів на кінець грудня 2024 року склала майже 25 000 шт.

3. За період 2024 року, незважаючи на військову агресію Нова Пошта відновила інвестиції в інновації, запуск та тестування нових технологій та послуг.

Протягом року було запущено та допрацьовано наступні послуги та проекти:

- Ідентифікація клієнтів на відділення за допомогою додатку ДІЯ.

- Запущено новий продукт - таргетовані Push повідомлення, реклама в цифрових точках контакту на баннерах.
- Розроблено та впроваджено стандарти для NovaPost.
- Запущено імідж проекти Завтра буде та Доставка казки до вашого міста, та Різдвяні сюрпризи на відділенні.
- Оптимізація та покращення роботи в бізнес- кабінеті Клієнта.
- Допрацьовано додаток Nova post – редизайн, доступність підтримки контакт-центру як в Україні так і в Європі.
- Впровадження безкоштовної переадресації в межах міста та переадресування день в день.
- Послуга «Інший отримувач».
- Пункт передачі, отримання та відправка офлайн для поштоматів.
- Послуга «Легке повернення».
- Реалізація відправки замовлень з поштоматів та доставки кур'єром на адресу при ОЛХ доставці.
- Послуга "Вантажні перевезення" за готівку (Фрахт).
- Послуга пакування при відправці з поштоматів, та пакування для перевезення охолоджених продуктів, пляшок з вином, запущено Co-branding на пакуванні.
- Реалізовано територіальне закріплення клієнтів за улюбленим відділенням та менеджером в онлайн режимі на карті.

Враховуючи всі вищезазначені переваги, можна зробити висновок, що ТОВ «Нова Пошта» повинна продовжувати впроваджувати стратегію стабілізації, зосереджуючись на підтримці своїх лідерських позицій на ринку, підвищенні пізнаваності бренду та активному залученні нових клієнтів. Це дозволить компанії зберегти стабільний розвиток та успішно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі в умовах військової агресії.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти визначила мету та завдання, які необхідно виконати в процесі наукового дослідження. Проаналізувавши результати фінансової діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта» за 2022-2024рр. ми можемо зробити відповідні висновки.

В першому розділі роботи нами були розкриті організаційні аспекти ціноутворення та його роль у системі управління підприємством. Також визначені сутність, значення ціноутворення та його необхідність в системі прийняття фінансових рішень, визначені методики ціноутворення, що використовуються в управлінні фінансовим станом підприємства у умовах дії воєнного стану. Нами були окреслені методологічні принципи та функції цінової політики для діагностики та оцінки фінансового стану підприємства, які розроблені вітчизняними та зарубіжними науковцями.

Провівши дослідження та враховуючи різні думки вчених економістів, ми визначили, що цінова політика в системі ціноутворення завжди виступала як складова системи управління фінансовим станом підприємства і в даних умовах є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємства. Прогнозування фінансового стану підприємства з врахуванням його економічних та фінансових можливостей потрібно систематично й всебічно аналізувати з використанням різних методів, прийомів та методик фінансового аналізу. Це, є головним завданням кожного підприємства з метою виявлення шляхів покращення його фінансової діяльності.

Одне із найважливіших завдань цінової політики має бути спрямоване на покриття витрат та отримання максимального прибутку .

Нами було виділено три методичні підходи до фінансової діагностики підприємства в системі ціноутворення: витратні методи ціноутворення; методи, що спираються на попит продукції; методи з орієнтацією на конкуренцію.

Сутність витратних методів полягає у додаванні до виробничих витрат очікуваного проценту прибутковості товару, а їхньою перевагою, на думку

фахівців, є швидкість та відносна об'єктивність оцінки рівня витрат підприємства.

Ціноутворення з урахуванням аналізу точки беззбитковості дозволяє підприємству розраховувати на отримання планового прибутку. Оскільки у точці беззбитковості дохід від продажів лише покриває витрати, а прибуток дорівнює нулю, то важливим інструментом аналізу є коефіцієнт покриття фіксованих витрат, який допомагає визначити частку обсягів продажів, необхідну для покриття фіксованих витрат і прибутків після вирахування змінних витрат.

Метод ціноутворення з урахуванням ринкових цін передбачає визначення ціни на основі ринкової кон'юнктури.

У другому розділ кваліфікаційної роботи нами була проведена діагностика фінансової діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «Нова Пошта» за 2022-2024 рр.

ТОВ «Нова Пошта» - засноване у 2001 році як українська Компанія, що пропонує сервіс-експрес доставки документів, вантажів та посилок для фізичних осіб та бізнесу.

На сьогодні «Нова Пошта» є лідером логістичного ринку країни, який забезпечує доступну та зручну доставку кожному клієнту.

Місія Компанії – робити доставку легкою для життя та бізнесу. Для реалізації своєї місії команда «Нової Пошти» впроваджує нові продукти та сервіси, орієнтуючись на найкращий міжнародний досвід та стандарти, застосовуючи новітні технології та інноваційні рішення.

ТОВ «Нова Пошта» – поштово-вантажна компанія, що забезпечує легку доставку кожному клієнту - до відділення, поштомату, за адресою. Компанія надає логістичні та дистрибуційні послуги, доставляючи як найдрібніші посилки, так і великі вантажі. «Нова Пошта» дозволяє тисячам підприємців створювати і розвивати бізнес не тільки в Україні, а й за кордоном.

Основні види діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД:

52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

- 46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами.
- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту.
- 78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами.

Розмір статутного капіталу товариства становить - 4 654 075,00 грн.

На початок 2024 року мережа компанії складалася з 10875 відділень та 15590 поштоматів у понад 10 000 населених пунктів по всій Україні.

Протягом 2023 р. Нова пошта відкрила 1674 відділення, встановила 1853 поштомати, а також встановила сотні PUDO — точок сервісу на території діючого бізнесу в аптеках, магазинах, на АЗС, де можна відправити або отримати вже оплачені посилки вагою до 10 кг.

Середня чисельність працівників у 2024 році налічувала - 27509 чол.

Проводячи аналіз даних фінансової звітності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр. ми можемо зробити наступні висновки на кінець 2024 року: доходи становили - 44779857 тис. грн., зростання на 22,79% порівняно з 2023 роком; чистий прибуток компанії - 2500331 тис. грн. відбулось незначне зниження на 36.97% порівняно з попереднім роком; активи товариства становили - 31466583 тис. грн., збільшення на 36.21% з 2023 р.

Аналіз показника собівартості реалізованої продукції впродовж 2022-2024 років показав, що він невідмінно зростає. У 2023 році в порівнянні з 2022 роком він збільшився на 48,5 %, що в натуральному вираженні становить 9348505 тис. грн., а у 2024 році відбувається його подальше зростання на 25,7% або на 6659672 тис.грн. в порівнянні з минулим 2023 роком. Зростання показника собівартості реалізації в основному пояснюється підвищенням цін на доставку поштових відправлень та логістичних витрат.

Розглядаючи аналіз наступних показників, слід відмітити, що протягом 2022-2024 рр. продуктивність праці має тенденцію до зростання. Так у 2024 році спостерігається її збільшення порівняно з 2023 роком на 23,1%, це спричинено

зростанням чисельності працівників, а також збільшенням чистого доходу (виручки) від реалізації продукції за даний період.

Динамічний аналіз показника ефективності використання основних фондів, показав, що фондівдача на підприємстві протягом досліджуваного періоду коливалася в межах 3,46-3,18. У 2023 році вона збільшилась на 14,37 пункти порівняно з 2022 роком, що оцінюється позитивно, та свідчить про зростання ефективності використання основних фондів. А у 2024 році порівняно з 2023 роком відбулось незначне її скорочення на 20,5 пункти що оцінюється негативно.

Коливання показника рентабельності за 2022-2024 роки не дуже позитивно характеризує фінансово-економічну діяльність підприємства, на що вплинуло збільшення витрат на виробництво (собівартості) продукції та зменшення суми валового прибутку у 2024 році порівняно з 2023 роком.

Аналіз динаміки показників, що характеризують майновий стан ТОВ «Нова Пошта» за статтями активу балансу, показав його зростання за період 2022-2024рр., що є позитивним для діяльності товариства на перспективу. У 2023 році відносно 2022 року майновий стан підприємства покращився (зріс) на 7346786с. грн., тобто на 53,4 %, а надалі, у 2024 році відносно 2023 року спостерігається подальше його зростання на 8364877 тис. грн., або 34,8 %.

Такі зміни відбулися за рахунок зростання необоротних активів: на 5659812тис.грн. або на 50,1 % у 2024 році, збільшення основних засобів на 4736643 тис. грн., або на 50,5 % та неметареальних активів на 14423 тис. грн., або на 69,8%.

Аналіз динаміки структури капіталу товариства за статтями балансу упродовж 2022-2024 років показав, що спостерігається зростання в цілому капіталу товариства. Так у 2023 році капітал підприємства становив 23101706 тис. грн., що на 53,1 % (7346786 тис. грн.) більше ніж у попередньому 2022 році. Порівняно з 2023 роком у 2024 році капітал також має тенденцію до зростання на 8364877 тис.грн або 34,8 %, що є позитивним для підприємства в умовах дії військового стану.

Проведений нами аналіз нерозподіленого прибутку показав, що він займає найбільшу частину у власному капіталі. З 2022 року по 2024 роки частка нерозподіленого прибутку зростає в середньому на 36,6%. Це є негативним знаком, тому що це свідчить про зростання зобов'язань підприємства. Він включає суми накопичених прибутків та збитків за весь період діяльності товариства.

Порівняно із власним капіталом, відсоток позичкового капіталу постійно зростає в загальній структурі капіталу підприємства. У 2023 році він був 13593398 тис. грн., що на 44,5% менше ніж у 2022 році. А у 2024 році відбулось його подальше зростання на 46,2% і він склав - 19878204 тис. грн.

Це показує зростання частки довгострокових позик та короткострокових кредитів в товаристві. Грошові потоки від кредитів та позик, а також отриманих фінансових допомог складають чисту суму надходжень та погашень позик.

Нами був проведений прогнозний аналіз основних показників діяльності ТОВ «Нова Пошта» товариства на 2025 рік. Він показав, що за даними проведених розрахунків прогнозується збільшення практично усіх основних показників його діяльності.

Так у 2025 році прогнозується збільшення оборотних активів підприємства до 7141280 тис.грн., порівняно з 2024 роком, що є позитивним для товариства в майбутньому. Також бачимо, що відбудеться зростання власного капіталу товариства до 17807802 тис.грн., що позитивно вплине на його фінансову залежність від позичок та кредитів. У 2025 році за розрахунками, валюта балансу очікується у розмірі 33778580 тис. грн., що на 8,9% більше ніж у 2024 році. Таке збільшення є позитивним для підприємства. Також у 2025 році очікується зростання необоротних активів до 2568329 тис. грн., позичкового капіталу підприємства до 25241276 тис.грн., чистого прибутку до 3581900 тис. грн. Визначене нами фінансове становище є оптимістичним для майбутньої економічної діяльності товариства в складних умовах військового конфлікту.

Здійснений нами праметричний та факторний аналіз показників фінансового стану товариства показав, що не всі розраховані коефіцієнти ліквідності відповідають оптимальним значенням.

Аналіз за 2022-2024 роки коефіцієнту абсолютної ліквідності показав, що він був в межах 0,14 - 0,27, що менше або біля нормативного значення. У 2023 році він зменшується на 7,1% порівняно з 2022 роком, це спричинене скороченням грошових коштів у 2023 році та зростанням поточних зобов'язань, а у 2024 році порівняно з 2023 роком відбувається його зростання на 7,7%, що позитивно впливає на діяльність товариства.

Наведені розрахунки коефіцієнта загальної ліквідності за 2022-2024рр. показують, що він знаходився нижче норми і становив відповідно по роках - 0,63, 0,53, 0,65, це говорить про те, що грошові кошти можуть в достатній кількості погасити поточні зобов'язання. При такому значенні показника підприємство є не завжди платоспроможним, покращити свій стан зможе якщо зуміє збалансувати і синхронізувати приплив і відплив коштів за обсягом і термінами.

Визначений загальний коефіцієнт платоспроможності ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2023 рр. У 2022 році він становив - 1,14, у 2023 – 1,06, у 2024 – 1,17. Тобто, ми спостерігаємо тенденцію до зростання рівня платоспроможності товариства, що оцінюється у його фінансовій діяльності позитивно.

Аналіз показників рентабельності визначив, що протягом 2022-2024рр. рентабельність діяльності становила 2,29 – 2,69 відповідно. Даний показник скоротився за період на 0,05 пунктів порівняно з 2023 роком, що свідчить про незначний спад ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства та пов'язане з введенням військового стану та напруженням політичної та економічної ситуації в державі.

Проведений аналіз показників ділової активності показав, що коефіцієнт оборотності капіталу з кожним звітним періодом коливався. У 2022 році він становив 0,53, у 2023 році зменшився на 16,6, та склав – 0,50, а в 2024 році збільшився на 20,1 та становив – 0,60.

Здійснений нами аналіз показників фінансової стійкості за 2022-2024 рр. показав, що ТОВ «Нова Пошта» є відносно стійким товариством на протязі усього періоду дослідження та майбутню перспективу.

Розрахований коефіцієнт економічної незалежності (автономії) економічної незалежності (автономії) характеризує частку власного капіталу в загальній сумі ресурсів підприємства. Так у 2024 році показник автономії становив 0,34, це є трохи менше оптимального значення, у 2023 році він був на рівні 0,42, а у 2022 році він склав 0,41. Така тенденція оцінюється не дуже позитивно, оскільки у загальній вартості ресурсів збільшується позиковий капітал і переважають позикові кошти.

Проведені дослідження та аналіз показників які характеризують фінансовий стан товариства показали, що ТОВ «Нова Пошта» за 2022-2024рр. знаходиться у стійкому фінансовому становищі та має перспективу на його покращення в майбутньому.

В третьому розділі роботи, нами визначені шляхи підвищення економічної ефективності та покращення фінансової діяльності ТОВ «Нова Пошта» в умовах невизначеності та трансформаційних перетворень.

ТОВ «Нова Пошта», лідер українського ринку експрес-доставки, доставляє документи, посилки та вантажі в усі куточки країни швидко, зручно та надійно. Якісна перевага полягає в тому, що сьогодні кожен третій українець ргулярно користується послугами компанії, довіряючи їй найцінніші документи, речі та вантажі або замовляючи товари в інтернет-магазині з доставкою ТзОВ «Нова Пошта».

Слід також зазначити, що ТзОВ «Нова Пошта» активно створює та управляє різними кур'єрськими службами (наприклад, EXmoto, TNT Express, ACD Express), основним видом діяльності яких є доставка листів, кореспонденції та посилок. Станом на кінець 2024 року ТзОВ «Нова Пошта» має частку ринку 70-75% для письмової кореспонденції та 80-85% для посилок.

Основними викликами на сьогодні для компанії є:

1. Втрата постійних клієнтів. Для зменшення необхідно посилювати конкурентні переваги: скорочування термінів доставки, покращення сервісу, оптимізація процесів для зниження собівартості перевезень.

2. Постійне підвищення тарифів на послуги без поліпшення якості та сервісу, введення обмежень і правил для клієнта, які значно ускладнюють процес ведення бізнесу, загострюють відносини зі споживачами на майбутнє.

4. Загроза появи нових учасників ринку та розвиток власних служб доставки великих онлайн-магазинів.

Основними стратегічними цілями ТзОВ «Нова Пошта» є - підвищення пізнаваності бренду та масштабування послуг експрес-доставки, залучення нових клієнтів для забезпечення прибутку.

Стратегія розвитку діяльності товариства.

- Компанія демонструє стабільне зростання та ефективний контроль над виробничими витратами, що дозволяє їй збільшувати валовий прибуток навіть у складні економічні періоди під час війни.

- Основним продуктом компанії є відправлення та отримання посилок, що сприяє зростанню чистого доходу від реалізації послуг.

- Ринок експрес-доставки в Україні активно розвивається, що підтверджується значним зростанням кількості онлайн-покупок та збільшенням обсягу відправлень.

- Компанія має велику мережу відділень і поштоматів, що робить її послуги доступними та зручними для споживачів. Незважаючи на повномасштабну війну, компанія продовжує успішно функціонувати, демонструючи високу адаптивність та ефективність управління.

- Важливу роль у діяльності компанії відіграє її соціальна відповідальність: ТзОВ «Нова Пошта» активно бере участь у гуманітарних проектах, надаючи допомогу населенню та підтримуючи армію.

- Конкуренція на ринку експрес-доставки є помірною, з основними конкурентами, такими як АТ «Укрпошта» та ТОВ «Міст Експрес». Проте, ТзОВ

«Нова Пошта» вдається утримувати лідерські позиції завдяки високому рівню обслуговування, широкій мережі відділень та інноваційним підходам у роботі.

У товариства виникають наступні ризики при використанні фінансових інструментів: кредитний ризик, ризик ліквідності, ринковий ризик.

Основні підходи та інструменти, які використовуються на ТзОВ «Нова Пошта» для управління та мінімізації ризиків, наступні:

1. В компанії здійснюється безперервний процес виявлення, оцінки та управління ризиками.

2. Прийняття рішень щодо реалізації всіх нових проектів, ініціатив, випуску нових продуктів здійснюється з урахуванням всебічного аналізу потенційних ризиків.

3. Компанія здійснює управління всіма істотними ризиками, що виявляються за результатами безперервного процесу ідентифікації та оцінки ризиків.

4. Нагляд за управлінням критичними ризиками здійснюється Наглядовою Радою.

До основного потенціалу розвитку ТОВ «Нова Пошта» як складової логістичної компанії слід віднести:

1. Цифрову трансформацію.

Одним з головних напрямків розвитку Нової Пошти є цифрова трансформація. Це означає інтеграцію сучасних технологій в усі аспекти роботи компанії, починаючи від процесу замовлення та доставки товарів, закінчуючи внутрішніми процесами компанії. Цифрова трансформація вже призвела до появи нових сервісів, таких як відстеження посилок онлайн, безготівкова оплата та додатки для смартфонів, що забезпечують доступ до послуг Нової Пошти в будь-який час.

2. Розширення мережі відділень.

Нова Пошта планує активно розвивати свою мережу відділень по всій Україні. Основна увага при цьому приділяється маленьким містам та сільській місцевості, де ще не достатньо представлена інфраструктура курерських служб.

Розширення мережі дозволить зробити послуги Нової Пошти доступними для ще більшої кількості українців, а також підвищить якість та швидкість обслуговування клієнтів.

3. Екологічна ініціатива.

Важливим аспектом розвитку Нової Пошти є дотримання принципів сталого розвитку і впровадження екологічних стандартів. Компанія прагне зменшити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище, що включає використання енергоефективного транспорту, оптимізацію маршрутів доставки, сортування відходів і впровадження зелених технологій у своїх відділеннях.

Окрім розвитку та впровадження нових технологій, Нова Пошта приділяє значну увагу екологічним питанням. Компанія планує поступово замінити свій автопарк на екологічно чистіші транспортні засоби, такі як електромобілі та гібридні автомобілі. Це допоможе зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та знизити викиди шкідливих речовин. Також Нова Пошта активно працює над оптимізацією маршрутів доставки для зменшення кількості пройдених кілометрів та витрати палива. Це не тільки знизить вартість доставки, але й сприятиме збереженню енергоресурсів та зменшенню забруднення довкілля.

4. Удосконалення кур'єрської служби

Кур'єрська служба є одним з ключових напрямків діяльності Нової Пошти. Компанія працює над удосконаленням цього напрямку, зокрема, над покращенням якості обслуговування, скороченням часу доставки, а також впровадженням нових сервісів для клієнтів, таких як доставка в вихідні та святкові дні, а також доставка в вечірній час. Всі ці ініціативи демонструють перспективи та напрямки розвитку Нової Пошти як сучасної, технологічної та клієнтоорієнтованої компанії, яка прагне забезпечити якісний сервіс для своїх клієнтів. Подальші успіхи Нової Пошти в цих напрямках залежатимуть від її здатності адаптуватися до змінюваних умов ринку та відповідати на виклики, які стоять перед сектором доставки.

5. Розширення географічного охоплення

Одним із головних напрямків розвитку Нової Пошти є розширення свого географічного охоплення. Компанія планує відкриття нових відділень та встановлення додаткових поштоматів у різних містах та населених пунктах України. Це дозволить забезпечити більш швидку та зручну доставку товарів клієнтам по всій країні. Крім того, Нова Пошта планує розширення міжнародних доставок, встановлення партнерських відділень за кордоном та підключення до світових логістичних мереж. Це відкриє нові можливості для українських компаній, які бажають вивозити свої товари за кордон, а також допоможе залучити зарубіжних клієнтів до співпраці з Новою Поштою.

6. Впровадження технологічних інновацій

Нова Пошта активно впроваджує технологічні інновації для покращення ефективності своїх послуг. Компанія планує впровадження системи автоматизованого сортування посилок, що дозволить зменшити час доставки та помилки при сортуванні. Також планується впровадження системи відстеження посилок, яка дозволить клієнтам точно знати місцезнаходження їх вантажу на кожному етапі доставки. Нова Пошта також працює над впровадженням електронних документів та цифрових підписів для забезпечення більшої безпеки та швидкості при оформленні та доставці посилок. Це дозволить клієнтам здійснювати всі необхідні процедури онлайн та зменшить кількість бюрократичних процесів. Планує розвивати стартапи в Україні та сприяти їх масштабуванню, а також об'єднувати та надавати підтримку інноваторам держави.

Враховуючи всі вищезазначені переваги, можна зробити висновок, що ТзОВ «Нова Пошта» повинна продовжувати впроваджувати стратегію стабілізації, зосереджуючись на підтримці своїх лідерських позицій на ринку, підвищенні пізнаваності бренду та активному залученні нових клієнтів. Це дозволить компанії зберегти стабільний розвиток та успішно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі в умовах військової агресії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексєєв І.В. Фінансовий аналіз: техніка розрахунків та моделювання економічних ситуацій: навч. посібник. Львів : «Бескид Біт», 2013. 152 с.
2. Андрусь О.І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. С. 1–3.
3. Бандурко О.М. Фінансова діяльність підприємства: навч. посіб. Київ: ЛИБІДЬ, 2010. 257 с.
4. Базилінська О.Я., Кривошия О.А. Етапи формування стратегії ціноутворення в умовах інформаційної асиметрії: побудова базової теоретичної моделі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2012. № 4. С. 5–9.
5. Бланк І.О. Фінансова стратегія підприємства. Київ : Ніка – Центр, 2008. 520 с.
6. Бочко О.Ю. Основи планування діяльності підприємств: навч. посіб. Київ: Кондор, 2012. 218с.
7. Гордієнко П.Л., Дідковська Л.Г., Яшкіна Н.В. Стратегічний аналіз : навч. посіб. Київ : Алерта, 2008. 478 с.
8. Григораш І.О. Контролінг як сучасна система управління підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 11(113). С. 96–107.
9. Гужавіна І. В., Сьомкіна Т. В., Згурська О. М. Фінансовий контролінг у системі управління торговельним підприємством. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 11-14.
10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Деєва Н.М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 328 с.
12. Довгань Л. Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 440 с.

13. Загорудько В. Л., Давиденко О. Р., Смаль О. В. Дослідження перспектив впровадження контролінгу на підприємствах України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. № 5(05). С. 120-123.
14. Захарова Н.Ю. Методичні підходи щодо оцінки фінансового стану підприємства: навч. посіб. Таврійський державний агротехнологічний університет, 2012. 129 с.
15. Заюкова М.С. Теорія фінансової стійкості підприємства: навч. посіб. Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2014. 155 с.
16. Звіт зі сталого розвитку 2012 - 2024. ТОВ «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2022
17. Звіт про управління ТОВ «Нова Пошта» за 2023 рік. URL: <https://site-assets.novapost.com/80e16b00-a8d4-40b4-9695-6638924e91e2.pdf>
18. ТОВ «Нова Пошта». Система аналітики відкритих даних Clarity Project. URL: https://clarity-project.info/edr/31316718/finances?current_year=2023
19. Зятковський І. В. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Київ: Кондор, 2015. 364 с.
20. Іванов В.Л. Забезпечення організаційно-економічної стійкості промислового підприємства: навч. посіб. Київ: Підприємство, 2010. 345с.
21. Іващенко В. І. Економічний аналіз господарської діяльності: навч. посіб. К. : Нічлау, 2011. 204 с.
22. Капліна А. І. Контролінг у системі ефективного управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. с. 126. С. 34-39. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8630> (дата звернення: 20.04.2025).
23. Квасницька Р. Інструментарій та методи оптимізації цільової структури підприємства. *Економіст*. 2015. №5. С. 73 – 75.
24. Кобилух О.Я., Гірна О.Б. Логістичний оператор: інноваційний шлях розвитку на українському та міжнародному ринку експрес-доставки. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. С. 23-26
25. Колодізєв О. Теоретичні аспекти управління економічною стійкістю підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2018. № 1(16). С. 53—59.

26. Конторщикова О. Аналіз фінансового стану як передумова ефективного управління підприємством. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. №6. С. 3-5.
27. Копчак Ю. С. Проблеми діагностики фінансового стану і стійкості функціонування підприємства. *Вісник Сумського державного університету*. Суми, 2014. № 9. С. 23 – 34.
28. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. 2-е вид. К. : Знання, 2012. 274 с.
29. Королюк Т. Оцінка фінансової стійкості та визначення платоспроможності акціонерних товариств. *Галицький економічний вісник*. 2009. №1. С. 130-135.
30. Кудлай В.Г. Актуальні проблеми ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах. *Український соціум*. 2013. № 7. С. 72–84.
31. Кушнір О.К., Кріль О.В. Дослідження конкурентного середовища операторів поштового зв'язку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32.
32. Ларка М.І. Аналіз фінансового стану підприємства як засіб підвищення ефективності його діяльності. *Вісник НТУ*. 2013. № 22 (995). С. 168-174.
33. 32. Литвин Б. М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К: «Хай-Прес». 2008. 336 с.
34. Ловінська І.Г. Фінансова стійкість організацій як індикатор економічного потенціалу. *Фінанси, облік і аудит*. 2014. Вип.1 (23). 252 с.
35. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб.. К. : Центр учбової літератури, 2012. 480 с.
36. Мамонтова Н. А. Умови забезпечення фінансової стійкості підприємств. *Фінанси України*. 2020. № 8. С. 103 – 107.
37. Маховикова Р.А. Ціноутворення : навч. посібник. К. : Юрайт, 2014. 463 с.
38. Мних Є.В., Барабаш Н.С. Фінансовий аналіз : підручник. К. : Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2014. 358 с.

39. Мудрак Р.П. Фактори ціноутворення ринку цукру в контексті забезпечення продовольчої безпеки. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Сер. Економічні науки. 2014 р. №2. С. 160-167.
40. Наумова Л.Ю. Фінансова стратегія економічного розвитку підприємств. URL: irbis-nbuv.gov.ua
41. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта» в Україні. URL: <https://novaposhta.ua/>
42. Павлов В.І. Фінанси підприємства: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2010. 109 с.
43. Пічугіна Т.С. Фінансовий аналіз у схемах і таблицях : навчальний посібник. Львів: Новий Світ , 2011. 326с.
44. Прокопенко Л. В. Контролінг як інструмент управління підприємством. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 39-2. С. 17-20.
45. Птащенко Л.О., Сержанов В.В. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури. 2016. 344 с.
46. Радзівіло І.В. Концептуальні засади фінансового контролінгу на підприємстві. *Ефективна економіка*. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_46
47. Рожманов В. Організаційні аспекти залучення інвестицій у виробниче підприємство. *Економіст*. 2016. №2. С.48 – 51.
48. Сабліна Н. В. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 161 с.
49. Савицька О.М. Передумови формування концепції антикризового фінансового контролінгу на підприємстві в контексті розвитку інформаційної економіки. URL: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/18367/1/38Savytska.pdf>
50. Салига С.Я. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Київ: ЦНЛ, 2009. 210 с. С. 123-128.
51. Скорук О.П. Пріоритетні напрями виробництва біоетанолу в Україні. *Економіка АПК*. -2014. №2. С. 36-41.

52. Ставицький О.В. Особливості розвитку стратегічного управління в Україні. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=646>
53. Статут ТОВ «Нова Пошта» від 30 лютого 2024 року.
54. Стефанюк І. Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу. *Фінанси України*. 2015. № 2. С. 146–153.
55. Тарасенко Т.В. Економічний аналіз: навчальний посібник. 3-тє видання, перероблене. Львів: „Новий Світ–2000”, 2010. 345 с.
56. Тешева Л. В., Хохлов, М. П., Петрова, І. М. Роль фінансового планування у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 314-320.
57. Тимофєєва Н.Я. Проблеми ціноутворення в Україні. *Управління розвитком*. 2014. № 1 (164). С. 81–82.
58. Ткаченко В. В., Дзядик Х. В. Контролінг фінансового циклу в системі антикризового фінансового управління підприємством. *Modern Economics*. 2020. № 20. С. 296-301. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/financial-cycle-controlling-in-the/> (дата звернення 20.02.2024).
59. Федірко В. М. Проблеми оцінки фінансової стійкості та ліквідності використання коштів. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. №2. С. 359 – 363.
60. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємств та її аналіз : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2008. 566 с.
61. Череп А.В. Оцінка фінансового стану агропромислових підприємств в контексті економічної безпеки. *Облік і фінанси АПК*. 2011. №3. С. 184-190.
62. Череп А.В. SWOT-аналіз діяльності малого підприємництва у період економічної кризи URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_25/cherep.htm
63. Штангрет А.М. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навч. посіб. К.:Знання, 2012. 374с.

ДОДАТКИ