

34
11.06.2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**



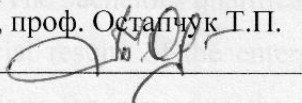
МІЦКЕВИЧ Оксана Олегівна
(студент групи ПВ-6)

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

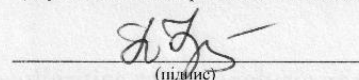
АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)

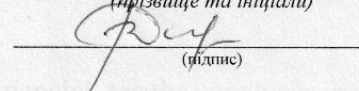
Допущено до захисту
протокол № 5
від 03.06.2024
зав. кафедри менеджменту, бізнесу
та маркетингових технологій
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.



Керівник роботи:
к.е.н., доц. Поліщук І.Р.
(наукове звання, прізвище та ініціали)


(підпис)

Рецензент
к.е.н., доц. Довгалюк В.В.
(прізвище та ініціали)


(підпис)

Житомир, 2024

Анотація

Міцкевич О.О. Аналіз фінансових результатів діяльності ПрАТ «Київстар».
– Рукопис.

Бакалаврська кваліфікаційна робота представлена на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2024.

У бакалаврській кваліфікаційній роботі розглянуто особливості аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. Представлена аналітична оцінка сучасного стану та напрями підвищення рентабельності ПрАТ «Київстар» на основі управління фінансовими результатами діяльності.

Ключові слова: фінансові результати, управління фінансовими результатами, аналіз, прибуток, рентабельність.

Annotation

Mitskevych O.O. Analysis of the financial results of the activities of PJSC "Kyivstar" - Manuscript.

The bachelor's qualification work is presented for obtaining the degree of higher education "bachelor", field of knowledge 07 "Management and administration" specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activity". – Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2024.

The bachelor's qualification thesis examines the peculiarities of the analysis of the financial results of the enterprise. An analytical assessment of the current state and directions for increasing the profitability of PJSC "Kyivstar" on the basis of financial performance management is presented.

Keywords: financial results, management of financial results, analysis, profit, profitability.

ЗМІСТ

<i>Вступ</i>	4
<i>Розділ 1. Теоретичні основи аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.</i>	7
1.1. Поняття та класифікація фінансових результатів діяльності підприємства для цілей аналізу.....	7
1.2. Система управління фінансовими результатами діяльності підприємства.....	19
1.3. Методичні засади визначення фінансових результатів підприємства.....	25
1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління фінансовими результатами діяльності.....	28
Висновки до розділу 1.....	31
<i>Розділ 2. Аналітична оцінка стану та напрями удосконалення управління фінансовими результатами діяльності ПрАТ «Київстар».</i>	34
2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Київстар».....	34
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ПрАТ «Київстар».....	43
2.3. Оцінка системи управління фінансовими результатами підприємства.....	48
2.4 Напрями підвищення рентабельності ПрАТ «Київстар» на основі управління фінансовими результатами діяльності.....	60
Висновки до розділу 2	78
<i>Висновки</i>	81
<i>Список використаних джерел</i>	83
<i>Додатки</i>	89

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах ринкової економіки фінансові результати підприємства є ключовим показником успішності його маркетингової політики та стабільності попиту на продукцію у покупців. Особливо актуально це питання постає в сфері електронних комунікацій, яка характеризується високою швидкістю технологічних змін, жорсткою конкуренцією та певною насиченістю ринку. За даними Державної служби статистики України [39] рівень рентабельності операційної діяльності великих та середніх підприємств за КВЕД J «Інформація та телекомунікації» за січень-вересень 2023 року склав 21,4 %, а всієї діяльності 17,8 %, це дозволило бути третім по рейтингу видом діяльності за рівнем прибутковості після R «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» та G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів». В таких умовах компанії повинні постійно вдосконалювати свої фінансові стратегії та підходи до управління для того, щоб забезпечувати стабільний розвиток та зростання прибутків.

Оцінка фінансових результатів підприємства дозволяє виявити проблемні місця в його діяльності та розробити заходи щодо їх усунення. Вона є важливим інструментом прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення результативності функціонування компанії та досягнення її стратегічних цілей. З огляду на це, питання розробки та вдосконалення методик оцінки фінансових результатів на підприємствах у сфері електронних комунікацій є вкрай актуальними.

Яскравим представником українських компаній у сфері телекомунікацій є оператор мобільного зв'язку ПрАТ “Київстар”, що володіє найбільшою клієнтською базою в країні. Незважаючи на свої лідируючі позиції, “Київстар” змушений постійно підвищувати ефективність фінансового управління для протистояння конкурентам. Тому дослідження методики оцінки фінансових результатів саме на цьому підприємстві є надзвичайно важливим не лише в теоретичному, але й у прикладному аспекті.

Метою дослідження є удосконалення методики аналізу фінансових

результатів діяльності підприємства у сфері електронних комунікацій на прикладі ПрАТ "Київстар".

Поставлена мета обумовила вирішення наступних *завдань*:

- уточнити поняття та класифікацію фінансових результатів діяльності підприємства для цілей аналізу;
- розкрити систему управління фінансовими результатами діяльності підприємства;
- навести методичні засади визначення фінансових результатів підприємства;
- охарактеризувати нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління фінансовими результатами діяльності;
- навести організаційно-економічну характеристику ПрАТ «Київстар»;
- провести діагностику фінансово-економічного стану ПрАТ «Київстар»;
- оцінити систему управління фінансовими результатами підприємства;
- визначити напрями підвищення рентабельності ПрАТ «Київстар» на основі управління фінансовими результатами діяльності.

Об’єктом дослідження є процес управління фінансовими результатами. **Предметом** дослідження є методика аналізу фінансових результатів діяльності підприємства у сфері електронних комунікацій (на прикладі ПрАТ "Київстар").

Вивченням теоретичних підходів щодо аналізу фінансових результатів діяльності підприємства займалися такі дослідники та науковці, як Вакульчик О.М., Нечаєва А.А., Протасова Є.В., Рзаєва Т.Г., Сереветник О.В., Степаненко О.І. Вони розглядали питання оцінки ефективності менеджменту з позицій системного, процесного та ситуаційного підходів щодо формування та розподілу фінансових результатів.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження є наукові роботи вітчизняних та зарубіжних учених у сфері менеджменту, стратегічного управління, економічного аналізу та управління ефективністю. Для розв’язання поставлених завдань було застосовано такі методи: абстрактно-логічний та причинно-наслідкового зв’язку – при уточненні поняття «фінансові результати»

та удосконаленні їх класифікації для цілей аналізу й формулюванні висновків; системний підхід – для комплексного дослідження процесу управління фінансовими результатами на ПрАТ "Київстар"; монографічний – при вивченні досвіду оцінки ефективності управління фінансовими результатами підприємства; статистико-економічний аналіз – під час дослідження фінансово-господарської діяльності ПрАТ "Київстар"; метод порівняння – для зіставлення існуючої методики аналізу фінансових результатів та розроблених рекомендацій щодо її удосконалення.

Інформаційною базою дослідження є чинні нормативно-правові акти України у сфері електронних комунікацій, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних авторів щодо ефективності управління фінансовими результатами підприємств, а також звітність ПрАТ "Київстар", яка розміщена у відкритому доступі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання розроблених рекомендацій щодо удосконалення методики аналізу фінансових результатів діяльності ПрАТ "Київстар" з метою підвищення результативності прийняття управлінських рішень щодо визначення основного та допоміжних КВЕД для досягнення очікуваного рівня рентабельності. Окремі теоретичні положення та практичні результати дослідження можуть бути використані іншими підприємствами галузі для розробки власних методичних підходів до управління фінансовими результатами.

Структура та обсяг бакалаврської кваліфікаційної роботи. Бакалаврська кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 79 сторінках друкованого тексту. Робота містить 3 таблиці та 10 рисунків. Список використаних джерел налічує 65 найменувань. Робота містить 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття та класифікація фінансових результатів діяльності підприємства для цілей аналізу

Кожне підприємство має основний та другорядні КВЕД відповідно до установчих документів, де зазначено мету його створення та види діяльності. Фінансові результати підприємства є різницею між одержаними доходами та понесеними витратами за звітний період. Методологія визначення фінансових результатів пов'язана з нормативним регулюванням розмежування доходів і витрат від різних видів діяльності. В кінці звітного періоду порівнюють фактичні і планові фінансові результати, обчислюють відхилення, встановлюють причини негативних тенденцій змін фінансових результатів для виправлення в майбутніх звітних періодах.

Фінансові результати є показником, що використовується як чисельник у формулах розрахунку рентабельності. Це може бути фінансовий результат від реалізації, тобто валовий прибуток при розрахунку рентабельності продукції (витратний підхід) та рентабельності продаж (доходний підхід). Фінансовий результат до оподаткування використовується при розрахунку рентабельності активів (ресурсний підхід).

Вакульчик О.М., Протасова Є.В., Нечаєва А.А. стверджують, що оскільки достатній обсяг фінансового результату визначає можливість подальшого розвитку підприємства (розширення виробництва, оновлення його основних фондів, упровадження нових прогресивних технологій і т. д.) та створює запас фінансової стійкості, який дає підприємству змогу оперативно реагувати на зміни у ринковій кон'юнктурі, питання зниження собівартості та водночас підвищення прибутковості набувають особливої актуальності в сучасний період ринкових реформ й економічних перетворень [6, С. 163].

На думку О.І. Степаненко, якісними характеристиками фінансових результатів є наступні: 1) результат економічних відносин підприємства, значущість і сталість його розвитку; 2) критерій прибутковості, результативності та економічної стабільності діяльності підприємства; 3) джерело підвищення (або) зниження ринкової вартості підприємства; 4) джерело фінансування виробничого, комерційного та соціального розвитку підприємства; 5) критерій оцінки абсолютної ефективності господарської діяльності підприємства [47, С. 114].

Дослідження інформаційної бази аналізу фінансових результатів та вимог користувачів даної інформації дозволили розробити класифікацію фінансових результатів для цілей аналізу (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Класифікація фінансових результатів для цілей аналізу*

*Джерело: власна розробка

Валовий прибуток представляє собою фінансовий результат від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг.

Потенційний фінансовий результат, не врахований у звітному періоді, що буде відображений в майбутньому звітному періоді, представляє собою частину фінансового результату майбутнього звітного періоду, розрахованого на основі доходів і витрат майбутніх періодів, що поки розміщена в складі активів і зобов'язань.

Розроблена класифікація фінансових результатів для цілей аналізу враховує вимоги чинного законодавства до переліку показників, що характеризують фінансові результати; розмежування фінансових результатів між звітними періодами та необхідність визначення частки операційної, інвестиційної, фінансової діяльності у загальному фінансовому результаті до оподаткування.

Розглянемо найпоширеніші методи оцінки фінансових результатів. Метод беззбитковості заснований на ролі операційного левериджу у формуванні результатів господарської діяльності та можливості контролювати витрати і результати для досягнення показників, необхідних для беззбиткового виробництва. У цьому випадку критерієм оцінки фінансового становища підприємства є фінансова міцність підприємства, тобто прибуток від продажів, який підприємство отримує після перевищення критеріїв прибутковості. Чим вищий коефіцієнт маржі фінансового здоров'я, тим стабільніше фінансове становище компанії [5].

Перевага цього методу в тому, що він сучасний і практичний, оскільки враховує точку беззбитковості (основний аспект підприємницької діяльності) і витрати. Недоліком є те, що він не узгоджується з такими аспектами оцінки, як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ринок і бізнес-діяльність, і вимагає подальшого розвитку.

Метод балансування базується на концепції ліквідності та оцінці фінансового стану підприємства з метою збалансування ліквідності у сферах господарської, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Перша служить зоною створення грошей, а друга - зоною споживання грошей [33].

Ліквідні грошові потоки, що формуються та споживаються в них, називаються відповідно результатами господарської діяльності та результатами фінансової діяльності. Якщо загальний результат господарсько-фінансової діяльності дорівнює нулю, то рівність цих результатів створює для підприємства ідеальну ситуацію фінансової рівноваги [27].

Цей спосіб перевірений світовим досвідом. У цьому вступі визначено дев'ять типових ситуацій фінансової ситуації компанії та надано відповідні рекомендації загального характеру для досягнення фінансово-економічної рівноваги, коли компанія відхиляється від лінії балансу або зони безпеки. Тепер можна створювати елементи. Це надзвичайно цінно для бізнесу. Однак цей метод має недоліки. Тобто неможливо врахувати стан компанії в конкретному бізнесовому, кредитному, ринковому середовищі.

Фінансова діяльність підприємства має ґрунтуватися на систематичному надходженні та ефективному використанні коштів, дотриманні облікової та кредитної дисципліни, досягненні належного співвідношення власних і залучених коштів, забезпеченні ефективної фінансової стійкості. Це породжує необхідність і практичне значення систематичної оцінки фінансового стану підприємств, що суттєво сприяє забезпеченню стабільного фінансового стану. Критерії вибору того чи іншого методу оцінки наведено на рис. 1.2.

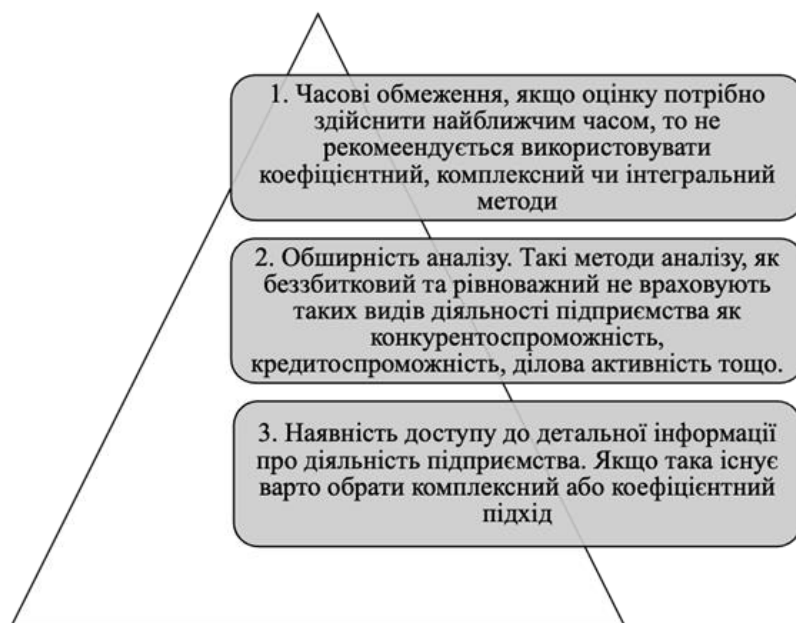


Рис. 1.2. Основними критеріями вибору того чи іншого методу оцінки [7].

Отже, можемо зробити висновок, що фінансове становище підприємства – це, в першу чергу, комплексне поняття, яке є безпосереднім результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових взаємовідносин підприємства, визначається багатьма виробничо-економічними чинниками та характеризується системою показників.

Ця діяльність характеризується забезпеченням грошовими коштами, необхідними для нормального функціонування підприємства, їх належного розміщення та ефективного використання, фінансових взаємовідносин з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможності та фінансової стійкості.

Таким чином, аналіз фінансового стану компанії дає якісну та кількісну інформацію про фінансовий стан компанії. Це необхідна діяльність для багатьох ринкових проблем.

При цьому для підвищення надійності та використання в процесі прийняття управлінських рішень рекомендується використовувати коефіцієнтний метод або комплексні методи. Це пов'язано з тим, що метод коефіцієнтів або комплексний метод є наймасштабніший і охоплює всі сфери діяльності компанії. Ці методи представляють компанію і всі її відносини як взаємопов'язану систему руху фінансових ресурсів, що дозволяє найбільш повно оцінити її фінансовий стан та фінансові результати.

Бухгалтерський облік доходів і витрат один із найважливіших джерел інформації для оперативного та стратегічного управління фінансовими результатами підприємств. Головною складовою доходів виробничих підприємств виступають доходи від продажу продукції власного виробництва, зокрема та його частина, що лишається після того, як здійснені грошові, матеріальні та трудові витрат на виробництво і реалізацію продукції. Відтак найбільш важливою задачею господарюючих суб'єктів є отримання максимального рівня прибутку при найменших витратах, що забезпечуються дотриманням суворої економії при витрачанні коштів та найбільш раціонального їх використання. Оптимізація розміру доходу підприємств для покриття його поточних витрат, оплати податкових платежів та визначення прибутку дозволяє забезпечувати розширене

відтворення та виступає визначальною умовою діяльності практично всіх господарюючих суб'єктів.

Українські підприємства відповідно з вимогами ст. 5 Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку (далі НП(С)БО) 15 «Дохід» визначають доходи в момент збільшення активів чи зниження розміру зобов'язань, які спричиняють збільшення розміру власного капіталу (виключення становить капітал, сформований з внесків засновників), при умові можливості достовірної оцінки доходу [24].

Пунктом 8 НП(С)БО 15 «Дохід» визначено, що для визнання доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, інших активів) в обліку можливе при виконанні наступних умов:

- покупцю перейшла вся сукупність ризиків та вигід, пов'язаних з правами власності на продукцію (товари, інший актив);
- підприємством не здійснюється подальше управління і контролювання реалізованої продукції (товарів, інших активів);
- сума отриманих доходів (виручки) визначена достовірно;
- існує впевненість, що за результатами операції збільшаться економічні вигоди підприємства, при цьому сума витрат, пов'язаних з даною операцією, може бути достовірно визначена [24].

Необхідною інформацією для відображення доходу у фінансовій звітності є його визнання та достовірна оцінка. «Важливою умовою визнання доходів від реалізації виступає факт передачі покупцю всієї сукупності ризиків та вигід, спричинених набуттям права власності на продукцію. Згідно МСФЗ 15, на відміну від вимог НП(С)БО 15, до критеріїв визнання доходів від реалізації відноситься встановлений факт передачі покупцю не всіх, а тільки істотних ризиків та вигід, обумовлених правами власності на таку продукцію (товар)» [2]. Як наприклад, для продавців звичні гарантійні зобов'язання, являючись ризиком, обумовленим правом власності, що переходить після продажу до продавця, одночасно не може розглядатись в якості суттєвого ризику. Такий вид незначних ризиків не стають продавцю на завалі при визнанні доходу. Дія НП(С)БО 15 поширюється лише на

доходи агропідприємств, отримані при здійсненні звичайної діяльності. Проте дія наведеного стандарту не поширюється на певні доходи звичайної діяльності, зокрема щодо доходів, отриманих від оренди, доходів за контрактами стосовно надання будівельних послуг та ряду інших доходів, перелічених у п.3 вказаного стандарту [24].

Витрати відіграють не останню роль у діяльності організації. Величина витрат впливає на розмір фінансового результату від продаж готової продукції, проведення робіт, послуг. Адже розмір фінансових результатів визначається різницею між обсягом отриманих доходів від продажів виробленої продукції та понесеними витратами на її виробництво та реалізацію. Оскільки витрати на виробництво та продаж продукції здійснюють безпосередній вплив на собівартість. Витрати – затрати на підготовку виробництва продукції, виготовлення і збут [33].

Згідно з нормами Податкового кодексу витрати, що підлягають включенню в собівартість реалізованих продукції та послуг, мають визнаватись витратами того звітного періоду, протягом якого визнані доходи від їх реалізації (п.138.4); всі інші витрати підлягають визнанню протягом того звітного періоду, протягом якого вони були здійснені, враховуючи окремі їх особливості (п.138.5). “Тобто діє принцип нарахування та відповідності витрат та доходів. До складу собівартості, відповідно до Податкового кодексу, включаються всі витрати, що напрямку пов’язані з виробництвом такої продукції, виконаних робіт, наданих послуг, тоді як в бухгалтерському обліку, згідно НП(С)БО 16, у виробничу собівартість включаються змінні загальновиробничі і постійні розподілені загальновиробничі витрати” [18].

Нові правила податкового обліку передбачають облік всіх загальновиробничих витрат у складі «інших витрат». Також вимоги НП(С)БО 16 передбачають включення в собівартість і витрат від браку, які містять і повністю забраковану по технологічним причинам продукцію, а за правилами податкового обліку до складу витрат платників податків не включаються фактичну вартість остаточного браку продукції, крім вартості браку, до якого входить вартість

остаточного забракування продукції з технологічних причин (виробів, напівфабрикатів, вузлів) та витрат, спрямованих на виправлення такого браку для можливої реалізації такої продукції. Норми зазначених втрат/витрат визначені Кабінетом Міністрів України (далі – КМУ). У випадку, коли КМУ не встановив норми таких втрат, платники податків мають право самостійно встановлювати допустимі норми технічно неминучого браку, що закріплюються наказом по підприємству з обґрунтуванням його розміру. Дія таких самостійно встановлених платником податку норм продовжується до затвердження відповідних норм КМУ [25].

Вся сукупність “витрат, врахованих при розрахунку об’єкта оподаткування, включає витрати операційної діяльності та інші витрати, які мають свою розгалужену структуру” [27].

Витрати операційної діяльності (пп. 138.1.1 ПКУ [43]) включають собівартість та витрати банків. Податковий кодекс надає визначення собівартості реалізованої продукції, виконаних робіт, наданих послуг як "сукупності витрат, які напряду зв'язані з виробничими процесами та/або покупкою в подальшому реалізованих у звітному податковому періоді товарів та послуг, що визнаються та розраховуються згідно вимог НП(С)БО, які застосовують в частині, що відповідає положенням розділу III Податкового кодексу" [15].

Своєю чергою собівартість включає:

- собівартість придбаних та реалізованих товарів, виконаних робіт та послуг (обчислюється відповідно до вартості їх придбання, включаючи ввізне мито та витрати на доставку і доведення до придатного для продажу стану);

- брак (втрати від браку включають вартість остаточно забракованої по технологічним причинам продукції (забраковані вироби, вузли, напівфабрикати) та витрати на можливі виправлення браку у випадку можливості реалізації такої продукції);

- собівартість вироблених та проданих товарів, виконаних робіт та послуг (включає витрати, прямо пов'язані з виробництвом зазначених товарів або виконанням робіт чи послуг).

Другою частиною витрат є інші витрати (п.138.5, 138.10 –138.12,ст.140, ст.141 Податкового кодексу). "Інші затрати включають загальновиробничі затрати, адміністративні затрати, затрати на збут, інші операційні затрати, фінансові затрати, інші затрати діяльності, затрати майбутніх періодів та інші затрати" [28]. На відміну від фінансового обліку, податковий облік визнає загальновиробничі витрати у тому звітному періоді, в якому вони були понесені".

Відображення адміністративних затрат, затрат на збут, інших операційних затрат, фінансових затрат та інших затрат звичайної діяльності в податковому обліку здійснюється так само, як і в бухгалтерському обліку, з дотриманням вимог НП(С)БО16 та урахуванням особливостей відображення паралельних витрат, витрат нерезидентів, іноземних витрат та витрат, що не належать до складу витрат" [17].

Відповідно до п.п.139.1 Податкового кодексу до складу витрат не включаються суми одержаних авансів та витрат, здійснених при придбанні товарів (робіт, послуг) та певних активів у ФОП (фізичних осіб-підприємців), що сплачують єдиний податок. До винятку відносяться витрати, здійснені у зв'язку з покупкою робіт або послуг у ФОП, що є платниками єдиного податку, та ведуть діяльність в галузі інформаційно-комунікаційних технологій. Документальним підтвердженням понесених витрат виступають первинні бухгалтерські документи, сформовані реєстри обліку, фінансові звіти та ряд інших документів, пов'язаних з нарахуванням і виплатою передбачених законодавством податків і зборів [35].

Під основною (операційною) діяльністю підприємства ми розуміємо факти, зв'язані з реалізацією виробленої продукції. Доходи від основної (операційної) діяльності виступають основою операційних доходів підприємства – це фінансова база розвитку операційної діяльності, що сприяє вирішенню трьох важливих завдань:

1. Доходи від операційної діяльності (операцій) підприємств є джерелом оплати поточних витрат, спричинених здійсненням їх основної діяльності.
2. Доходи від основної (операційної) діяльності слугують джерелом сплати податків, пов'язаних із здійсненням його основної діяльності. Частина цього

операційного доходу використовується для формування державного бюджету, місцевих бюджетів та позабюджетних фондів. Виконання цього завдання забезпечує виконання фінансових обов'язків підприємства щодо держави.

3. Доходи від основної (операційної) діяльності підприємства є джерелом формування чистого прибутку, за рахунок якого підприємства поповнюють статутний та резервний капітали, та здійснюють виплати власникам підприємства.

Визнання доходу передбачається в момент збільшення активу або зниження зобов'язання, що обумовлює збільшення власного капіталу (виключення становить збільшення капіталу за рахунок внесків учасників), при умові можливості вірогідного визначення доходу.

Практичне застосування системи управління витратами передбачає виділення та розгляд існуючих визначень та класифікації витрат по статтях калькуляції та елементах витрат. “Усі види затрат (витрат), залежно від економічного змісту обліковуються, аналізуються і плануються за елементами і статтями затрат” [7].

Розподіл витрат по елементам надає можливість виділення затрат живої й уречевленої праці, поглиблення аналізу та надання більш об'єктивної оцінки результатів діяльності агропідприємства. При цьому вирішення далеко не всіх питань господарської діяльності можливе шляхом групування затрат за елементами. Існує потреба вимірювати "витрати" в термінах "вартості". Витрати обігу - це оцінка матеріальних, трудових і фінансових витрат. Витрати обігу обліковуються, аналізуються та плануються для оперативного управління господарською діяльністю за допомогою номенклатури статей витрат. Це відповідні елементи витрат, які не тільки описують конкретну кількість, але й вказують на призначення та вимір витрат" [22].

Отже, витрати є вартісним вираженням абсолютних величин застосовано-споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності агропідприємства та реалізації поставленої ним мети. Таке формулювання поняття витрат є методологічною базою для їх класифікації та оцінки [46].

Витрати виробництва можна класифікувати за місцями виникнення, наприклад за дільницями, цехами, службами та іншими структурними підрозділами виробничих підприємств.

За характером та призначенням виконуваних виробничих процесів можна виділити основні, допоміжні та обслуговуючі виробництва та господарчі підрозділи. Основне виробництво включає цехи або дільниці, які безпосередньо беруть участь у виробництві продукції. Допоміжні виробничі підрозділи обслуговують цехи основного виробництва, а саме виконують роботи з ремонту основних засобів, забезпечують інструментом, запчастинами для ремонту виробничого обладнання, необхідними видами енергетичних ресурсів, надають транспортні та інші види послуг. До них відносять ремонтні цехи, енергетичні, експериментальні, транспортні та інші підрозділи.

Технічні та фінансові цілі передбачають поділ витрат на основні та непрямі витрати. До основних витрат включають витрати, що безпосередньо пов'язані з технічними характеристиками виробництва продукту, тобто витрати на придбання сировини, матеріалів, палива та енергії, витрати на виконання технічних завдань, витрати на основну та додаткову заробітну плату виробничим робітникам (включаючи відрахування до соціального страхування) та витрати, обумовленні утриманням та експлуатацією обладнання.

До накладних відносять витрати, що пов'язані з процесами управління та обслуговування виробництва, необхідними для нормального його функціонування. Вони розділяються на загальновиробничі та адміністративні витрати. Розмір таких витрат обумовлений структурою управління підрозділами, цехами та підприємством в цілому.

За складом витрат їх можна розділити на однорідні або комплексні. До однорідних входять економічно-однорідні витрати, що неможливо поділити на різні компоненти, в незалежності від місця їх виникнення та цільового призначення (сировина і матеріали, паливо та енергія, заробітна плата тощо). Натомість до комплексних витрат входить сукупність різних видів витрат. Зокрема, до їх числа відносять витрати на обслуговування та експлуатаційне

використання технологічного обладнання, в т.ч. амортизацію, експлуатаційні витрати, витрати на внутрішньозаводське переміщення вантажів, суми зносу МШП (малоцінні та швидкозношувані інструменти та пристосування), а також суми інших витрат.

В залежності від часу формування та особливостей при віднесенні на собівартість витрати розподіляють на поточні витрати та витрати майбутніх часових періодів. До поточних належить сукупність витрат на виробництво та подальшу реалізацію виробленої в даному звітному періоді продукції. А до складу витрат майбутнього періоду включають весь обсяг витрат, що був здійснений у звітному періоді, проте повинні бути віднесені до собівартості продукції в подальших періодах.

За цілісністю можна виділити продуктивні витрати та непродуктивні витрати. Продуктивні витрати характеризуються залежністю від специфіки виробничо-господарської діяльності підприємства та визначаються відповідним кошторисом виробничих витрат та планом економічно-соціального розвитку. До них відноситься більша частина витрат, що формують собівартість продукції. Утворення непродуктивних витрат (втрат) обумовлено недоліками технології та організації виробничих процесів (втррати від браку, простоїв, тощо).

Виробничі витрати також можна класифікувати на статті витрат та елементи витрат. Елементи витрат включають фінансові статті витрат, які є економічно однорідними. Класифікація витрат за елементами витрат включає розподіл витрат на виробництво конкретних видів продукції та розподіл витрат між основним і допоміжним виробництвом. До прямих витрат відносяться витрати на виробництво конкретного виду продукції, а непрямі витрати включаються до собівартості продукту (проекту, послуги) за певним методом. Ці витрати є комплексним елементом витрат (тобто складаються з декількох елементів витрат) і диференціюються відповідно до їх функціональної ролі у виробничому процесі.

Визначення фінансових результатів передбачає розробку класифікації доходів і витрат. Вважаємо, що при класифікації доходів важливе значення мають наступні ознаки: 1) за забезпеченістю грошовими коштами (забезпечені

грошовими коштами і не забезпечені грошовими коштами); 2) за статусом клієнта (доходи від фізичних осіб, доходи від ФОП, доходи від юридичних осіб); 3) за видами діяльності (доходи операційної, фінансової та інвестиційної діяльності); 4) за документальним підтвердженням (планові, прогнозні, фактичні); 5) за звітним періодом (доходи звітного періоду, доходи попереднього періоду, доходи майбутніх періодів).

А для класифікації витрат слід вести аналітику в наступних розрізах: 1) за ступенем оплати (оплачені і не оплачені); 2) за елементами витрат (матеріальні, заробітна плата, амортизація, ЄСВ, інші); 3) за видами діяльності (витрати операційної, фінансової та інвестиційної діяльності); 4) за документальним підтвердженням (планові, прогнозні, фактичні); 5) за звітним періодом (витрати звітного періоду, витрати попереднього періоду, витрати майбутніх періодів); 6) за продуктивністю (продуктивні витрати, непродуктивні витрати).

1.2. Система управління фінансовими результатами діяльності підприємства

Управління фінансовими результатами діяльності підприємства передбачає особливу увагу звернути на використання позикових коштів для розвитку бізнесу, що пов'язано з фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища має на меті забезпечити ефективне функціонування підприємства в умовах непевності та ризику. Для цього важливо розуміти сутність управління фінансовою діяльністю та особливості його здійснення в нестабільному зовнішньому середовищі.

Управління фінансовою діяльністю - це процес планування, координації та контролю за фінансовою діяльністю підприємства з метою забезпечення його ефективної роботи. Основні завдання управління фінансовою діяльністю включають забезпечення достатнього фінансування підприємства, оптимізацію

структури та джерел фінансування, зниження витрат та ризиків, збільшення доходів та прибутку [55].

Умови нестабільного зовнішнього середовища можуть значно ускладнити процес управління фінансовою діяльністю підприємства. Нестабільність на ринку може призвести до змін цін, збільшення конкуренції, зменшення попиту на продукцію підприємства та інші економічні проблеми. Умови нестабільного зовнішнього середовища можуть також впливати на фінансові показники підприємства, що може змінити фінансову стратегію та планування [29].

Одним із ключових аспектів управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища є планування. Умови нестабільного зовнішнього середовища можуть змінюватись дуже швидко, тому планування має бути гнучким та здатним до швидкої зміни. Управління фінансовою діяльністю підприємства повинно бути спрямоване на досягнення конкретних цілей та завдань, а також на забезпечення сталого розвитку підприємства [16].

Управління ризиками є ще одним важливим аспектом фінансового управління підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Управління ризиками повинно бути цілеспрямованим на зниження ризиків та мінімізацію можливих втрат. Підприємство повинно мати чітку стратегію управління ризиками та враховувати можливість виникнення ризиків у своєму бізнес-плані [31].

Управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища повинно враховувати міжнародний досвід та стандарти управління фінансами. Підприємство повинно орієнтуватись на міжнародні стандарти та норми управління фінансами, такі як МСФЗ, що допоможе підприємству забезпечити стандартність та якість своїх фінансових звітів.

Управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища є досить складним процесом, який вимагає від підприємства вміння адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та приймати ефективні рішення. Для цього необхідно враховувати такі аспекти, як ризики та

можливості, конкурентні переваги та недоліки, стратегію розвитку та ресурси підприємства.

Для забезпечення ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища необхідно використовувати різні інструменти та методи. Один з таких інструментів - це стратегічне планування, яке дозволяє підприємству визначити свої цілі та завдання на майбутнє, а також визначити шляхи досягнення цих цілей. Стратегічне планування допомагає підприємству реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та використовувати можливості, які надає це середовище [3].

Іншим важливим інструментом є управління ризиками, що дозволяє підприємству прогнозувати та зменшувати можливі ризики в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Управління ризиками передбачає виявлення, оцінку та контроль ризиків, а також визначення стратегій їх зменшення чи уникнення.

Крім того, в умовах нестабільного зовнішнього середовища важливим є вивчення конкурентного середовища та позиції підприємства на ньому. Конкурентне середовище може значно впливати на фінансову діяльність підприємства, тому вивчення цього середовища та визначення конкурентних переваг та недоліків є дуже важливим для ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства. Для цього можна використовувати різноманітні методи аналізу, такі як SWOT-аналіз, порівняльний аналіз, аналіз прямих та опосередкованих конкурентів та ін. [15].

Окрім цього, управління ризиками є невід'ємною складовою управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Ризики можуть бути пов'язані зі змінами цін на ринку, курсами валют, збільшенням конкуренції, зміною політики держави та іншими факторами. Для зменшення ризиків можна використовувати різні стратегії, такі як диверсифікація продукції, захист від курсових ризиків, залучення інвестицій тощо.

Нарешті, важливо мати чіткий та досконалий фінансовий план, який відповідає поточним потребам підприємства та забезпечує стабільність у довгостроковій перспективі. Фінансовий план повинен включати стратегії залучення та використання фінансових ресурсів, розподіл витрат, прогнозування прибутків та інших важливих показників. Він повинен бути регулярно оновлюваний та пристосований до змін в зовнішньому середовищі та внутрішніх факторах підприємства [34].

Отже, управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища є складним та багатогранним процесом, який потребує вивчення різних аспектів, включаючи аналіз фінансових показників, планування фінансової діяльності, управління ризиками та вивчення конкурентного середовища. Для успішного управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища необхідно мати чітку фінансову стратегію, яка враховує всі фактори, що впливають на діяльність підприємства [13].

Для забезпечення стійкості фінансової діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища, підприємство повинно мати резерви, які можуть використовуватися в кризових ситуаціях. Важливим є ретельний моніторинг фінансових показників та їх аналіз, щоб оперативно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та внутрішніх процесах підприємства [42].

Управління ризиками є однією з ключових складових ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Підприємство повинно вивчати всі можливі ризики та визначити їх вплив на фінансову діяльність, щоб прийняти ефективні рішення з їх зменшення або уникнення.

Управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища є непростим завданням, але водночас є ключовим фактором успішної діяльності підприємства в складних економічних умовах. Використання сучасних методів та інструментів управління фінансовою діяльністю може допомогти підприємству ефективніше протистояти нестабільним

умовам зовнішнього середовища та забезпечити його стабільність [22].

Один з таких методів - розробка фінансової стратегії, яка враховує специфіку ринку, конкурентне середовище, позицію підприємства на ринку та його потреби та можливості. Фінансова стратегія дозволяє визначити основні цілі та напрямки розвитку підприємства та створити план дій з управління фінансами, який має бути прозорим та реалістичним.

Іншим методом є фінансове планування, яке дозволяє прогнозувати прибутки та витрати підприємства на певний період часу, враховуючи можливі ризики та невизначеність на ринку. Фінансове планування дозволяє підприємству вчасно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та пристосовуватись до них.

Також, важливою складовою управління фінансовою діяльністю є вивчення фінансових ризиків та їхнього зменшення. Для цього можуть бути використані методи фінансового аналізу та оцінки ризиків, які дозволяють визначити потенційні проблеми та знайти шляхи їхнього запобігання [14].

Отже, управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища вимагає комплексного підходу та використання сучасних методів та інструментів управління фінансами. Важливо також не забувати про регулярний моніторинг та аналіз фінансових показників та їх взаємозв'язку зі змінами у зовнішньому середовищі. Для ефективного управління фінансами підприємства в умовах нестабільності потрібно також розробляти гнучкі фінансові стратегії, які забезпечать можливість швидко реагувати на зміни в ринкових умовах. Крім того, важливо мати достатні резерви та запаси, які можуть бути використані для покриття непередбачуваних витрат або змін у попиті на продукцію. Не менш важливим є здійснення ефективного контролю за фінансовою діяльністю підприємства та вчасне коригування стратегії у разі виникнення небажаних наслідків.

При виборі джерел формування активів слід проаналізувати наявність вільних грошових коштів в Балансі підприємства. В разі відсутності достатньої суми коштів на придбання необоротних активів, слід придбати їх в кредит. При цьому слід враховувати, що повертати до банку слід окрім основної суми кредиту

ще й відсотки. Підприємства зі значними ресурсами, великою базою постійних покупців, маючи зростаючий попит на продукцію, намагаються працювати на засадах самоокупності, не використовуючи кредитні кошти. Операції з використання кредитних коштів впливатимуть на фінансові результати в частині нарахування відсотків, що будуть відображені як фінансові витрати.

1.3. Методичні засади визначення фінансових результатів підприємства

Методи управління фінансовими результатами від різних видів діяльності підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища можуть включати різноманітні інструменти та підходи. Основні методи управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища можна поділити на такі: фінансове планування, раціональне управління ресурсами, регулярний моніторинг та аналіз показників, фінансовий аналіз, управління ризиками.

Фінансове планування. Фінансове планування є ключовим методом управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Воно дозволяє підприємству визначити потребу в ресурсах, оцінити фінансові результати та визначити ризики та можливості в майбутньому. Фінансове планування включає складання бюджету, прогнозування фінансових результатів та визначення фінансових цілей підприємства [17].

Раціональне управління ресурсами. Один з ключових аспектів управління фінансовою діяльністю в умовах нестабільного зовнішнього середовища - раціональне використання ресурсів. Це може включати оптимізацію витрат на матеріали, заробітну плату, оренду приміщень та інші фінансові витрати. Раціональне управління ресурсами може допомогти підприємству збільшити ефективність своєї діяльності та покращити фінансові показники.

Регулярний моніторинг та аналіз фінансових показників. Регулярний моніторинг та аналіз фінансових показників є важливим елементом управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми та можливості, які впливають на фінансову стабільність підприємства, та приймати відповідні рішення [4].

Крім того, регулярний моніторинг та аналіз фінансових показників можуть допомогти підприємству попередити можливі фінансові проблеми, такі як погіршення ліквідності, зростання заборгованості та інші.

Фінансовий аналіз. Фінансовий аналіз є одним з ключових інструментів управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного

зовнішнього середовища. Він дозволяє підприємству зрозуміти стан своєї фінансової діяльності та виявити потенційні проблеми.

Фінансовий аналіз може включати оцінку фінансових показників, таких як прибуток, оборотність активів, рентабельність та інші. Це дозволяє підприємству зрозуміти, як ефективно використовуються його ресурси та як можна покращити фінансові результати [50].

Управління ризиками. Управління ризиками є ще одним важливим методом управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Це може включати оцінку та аналіз фінансових ризиків, таких як курсові ризики, ризики зміни ринкової кон'юнктури та інші.

Управління ризиками може допомогти підприємству зменшити можливі витрати, пов'язані з ризиками, та забезпечити фінансову стабільність. Для цього можуть використовуватися різні методи, такі як диверсифікація портфелю, страхування, опції та інші фінансові інструменти [27].

Один зі способів управління ризиками є диверсифікація портфелю. Це означає розподіл ресурсів підприємства між різними видами інвестицій та проектів з метою зменшення ризику втрати коштів. Наприклад, якщо один з проектів не принесе очікуваних прибутків, інші проекти можуть забезпечити достатній рівень прибутковості, щоб компенсувати втрати.

Інший спосіб управління ризиками - страхування. Страхування може забезпечити захист від непередбачуваних фінансових ризиків, таких як пожежа, повінь, крадіжка тощо. Це може допомогти підприємству зберегти свої ресурси та уникнути непотрібних фінансових витрат.

Також важливою складовою управління ризиками є використання фінансових інструментів, таких як опції. Опції дають підприємству право, але не обов'язок, купувати або продавати певний актив за певною ціною у певний момент у майбутньому. Використання опцій може допомогти підприємству захистити свої ресурси від непередбачуваних ризиків, таких як зміни валютного курсу або ціни на сировину.

Усі ці методи можуть допомогти підприємству забезпечити фінансову

стабільність в умовах нестабільного зовнішнього середовища і зменшити можливі фінансові ризики.

Оцінка і аналіз інвестицій. Інвестиції є важливим елементом фінансової діяльності підприємства і можуть бути корисними для розвитку бізнесу в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Проте, необхідно здійснювати оцінку та аналіз інвестицій, щоб забезпечити ефективність витрат і уникнути зайвих ризиків [33].

Для оцінки інвестицій можна використовувати такі методи як чиста поточна вартість, внутрішня норма доходності та інші. Важливо також враховувати фактори ризику, зокрема зміну ставок процентів, курсів валют, кон'юнктуру ринку та інші [49].

Управління обіговим капіталом. Обіговий капітал є важливим показником фінансової діяльності підприємства і включає грошові кошти, що знаходяться в обігу, такі як запаси, кредити, рахунки-фактури тощо. Управління обіговим капіталом може допомогти підприємству зменшити зайві витрати, пов'язані зі зберіганням запасів та забезпечити платоспроможність підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища [19].

Управління витратами. Управління витратами є важливим елементом фінансового управління підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Це може включати аналіз та оптимізацію витрат на матеріали, зарплату, оренду, рекламу та інші витрати. Управління витратами може допомогти підприємству покращити фінансові результати та зменшити можливі витрати в умовах економічної нестабільності, а також допомогти підприємству зберегти конкурентоспроможність на ринку.

Одним із методів управління витратами є впровадження системи бюджетування, що дозволяє контролювати витрати та визначати їх планові обсяги. Крім того, важливо проводити аналіз витрат та знаходити способи їх зниження. Наприклад, зменшення витрат на енергопостачання можна досягти за рахунок встановлення енергозберігаючих технологій та оптимізації споживання енергії [37].

Управління витратами також може включати розробку стратегії закупівлі та укладання вигідних угод з постачальниками. Наприклад, придбання матеріалів великими обсягами за оптовими цінами може суттєво знизити витрати на процес придбання, що в подальшому дозволить знизити собівартість готової продукції, сформувати низьку ціну, що в подальшому призведе до зростання обсягів продажу і зростання позитивного фінансового результату (прибутку).

1.4. Нормативно-правове та інформаційне забезпечення відносин у сфері управління фінансовими результатами діяльності

Управління фінансовими результатами діяльності підприємств є одним із ключових аспектів ефективного функціонування будь-якої компанії. В умовах ринкової економіки, де підприємства мають забезпечувати свою конкурентоспроможність та фінансову стійкість, важливою складовою є дотримання законодавчих і нормативних вимог, а також використання сучасних інформаційних технологій для прийняття управлінських рішень. Це вимагає комплексного підходу до нормативно-правового та інформаційного забезпечення.

Нормативно-правове забезпечення охоплює широкий спектр законодавчих актів, постанов, інструкцій та інших нормативних документів, які регулюють діяльність підприємств, включаючи управління їх фінансовими результатами. Основними нормативно-правовими актами в цій сфері є Закони України, постанови уряду, нормативні акти Міністерства фінансів та інших державних органів.

Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" визначає основи ведення бухгалтерського обліку, принципи складання фінансової звітності, порядок її подання та оприлюднення. Відповідно до цього закону, всі підприємства зобов'язані вести облік своїх фінансово-господарських операцій, що забезпечує прозорість і достовірність фінансової інформації.

Закон "Про акціонерні товариства" регулює питання фінансової звітності, управління капіталом, розподілу прибутку, дивідендної політики та інші фінансові аспекти діяльності акціонерних товариств. Цей закон встановлює

вимоги до складання та оприлюднення річної фінансової звітності, що є важливим інструментом для оцінки фінансових результатів і прийняття управлінських рішень.

Податковий кодекс України регулює питання оподаткування доходів підприємств, визначає податкові ставки, порядок обчислення та сплати податків, а також вимоги до податкової звітності. Дотримання норм податкового законодавства є критичним для забезпечення фінансової стабільності підприємства та уникнення податкових ризиків. Даним нормативним документом визначено перелік доходів і витрат, що враховуються при визначенні прибутку до оподаткування податком на прибутком [35].

НП(С)БО 15 «Доходи» визначає порядок визнання доходів, їх класифікацію в розрізі видів діяльності. Тобто даний нормативний документ визначає перелік доходів, що збільшують фінансові результати.

НП(С)БО 16 «Витрати» визначає порядок визнання витрат, їх класифікацію в розрізі видів діяльності. Тобто даний нормативний документ визначає перелік витрат, що зменшують фінансові результати.

Нормативні акти Міністерства фінансів України, включаючи положення (стандарти) бухгалтерського обліку, визначають правила ведення бухгалтерського обліку, методи оцінки активів і зобов'язань, порядок складання фінансової звітності та інші важливі аспекти фінансового управління. Ці нормативні акти забезпечують єдність облікової політики, достовірність і порівнянність фінансових звітів [23].

Державне регулювання управління фінансовими результатами також включає постанови уряду, нормативні акти центральних органів виконавчої влади, які встановлюють вимоги до управління ризиками, фінансового контролю, внутрішнього аудиту та інших важливих аспектів фінансової діяльності підприємств. Дотримання цих нормативних вимог є обов'язковим для всіх підприємств незалежно від їх форми власності та організаційно-правової структури.

Інформаційне забезпечення управління фінансовими результатами

діяльності підприємств включає створення, обробку, зберігання і використання інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень. Це передбачає використання сучасних інформаційних систем, технологій та методів обробки даних, що забезпечує оперативність, достовірність і повноту інформації.

Інформаційні системи підприємств включають програмні комплекси для ведення бухгалтерського обліку, управління фінансами, складання фінансової звітності, аналізу фінансових результатів і прогнозування. Ці системи дозволяють автоматизувати процеси збору, обробки та аналізу даних, що значно підвищує ефективність управління фінансовими результатами.

Бази даних є важливим елементом інформаційного забезпечення. Вони містять інформацію про доходи, витрати, активи, зобов'язання, фінансові операції та інші важливі показники діяльності підприємства. Створення та підтримка баз даних забезпечують доступ до актуальної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, планування і контролю.

Системи звітності підприємств забезпечують регулярне складання та подання фінансових звітів до податкових органів, державної статистики, акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін. Внутрішня звітність допомагає керівництву підприємства отримувати оперативну інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та потенційні ризики. Це дозволяє своєчасно приймати управлінські рішення, спрямовані на досягнення запланованих фінансових результатів.

Принципи класифікації та кодування інформації забезпечують узгодженість даних, їх достовірність і зручність в обробці. Це включає встановлення єдиних стандартів класифікації доходів і витрат, активів і зобов'язань, методів оцінки та обліку фінансових операцій. Дотримання цих принципів є важливим для забезпечення порівнянності фінансової інформації, аналізу фінансових результатів і прийняття управлінських рішень.

Сучасні інформаційні технології, включаючи програмне забезпечення для фінансового аналізу, планування та прогнозування, дозволяють підвищити точність і оперативність управління фінансовими результатами. Це включає

використання моделей фінансового прогнозування, аналізу сценаріїв, оцінки ризиків і інших методів, що забезпечують прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Впровадження сучасних інформаційних систем і технологій в управління фінансовими результатами вимагає постійного оновлення і модернізації інформаційної інфраструктури підприємств. Це включає інвестиції в програмне забезпечення, апаратне забезпечення, навчання персоналу і підтримку інформаційних систем. Важливим аспектом є забезпечення інформаційної безпеки, що включає захист даних від несанкціонованого доступу, втрат і пошкоджень.

Інформаційне забезпечення управління фінансовими результатами також включає використання зовнішніх джерел інформації, таких як аналітичні звіти, ринкові дослідження, статистичні дані та інші джерела, що забезпечують додаткову інформацію для прийняття управлінських рішень. Це дозволяє підприємствам адаптуватися до змін зовнішнього середовища, оцінювати ринкові тенденції і конкурентну ситуацію.

Загалом, ефективне нормативно-правове та інформаційне забезпечення управління фінансовими результатами діяльності підприємств є ключовою умовою їх успішного функціонування. Це забезпечує дотримання законодавчих вимог, прозорість і достовірність фінансової інформації, оперативність і точність прийняття управлінських рішень, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та фінансової стійкості підприємств.

Висновки до розділу 1

В результаті дослідження теоретичних основ аналізу фінансових результатів діяльності підприємства з'ясовано наступне:

1. В процесі дослідження розроблена класифікація фінансових результатів для цілей аналізу за ознаками: 1) співвідношення доходів і витрат; 2) показники Звіту про фінансові результати; 3) джерела інформації, що використовуються при

розрахунку; 4) види діяльності; 5) звітний період формування показників. При розробці класифікації фінансових результатів враховано вимоги чинного законодавства до переліку показників, що характеризують фінансові результати; розмежування фінансових результатів між звітними періодами та необхідність визначення частки операційної, інвестиційної, фінансової діяльності у загальному фінансовому результаті до оподаткування.

2. Управління фінансовими результатами від фінансової діяльності підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища є складним та багатогранним процесом, який потребує вивчення різних аспектів, включаючи аналіз фінансових показників, планування фінансової діяльності, управління ризиками та вивчення конкурентного середовища. Для успішного управління фінансовою діяльністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища необхідно мати чітку фінансову стратегію, яка враховує всі фактори, що впливають на діяльність підприємства.

3. Для забезпечення стійкості фінансової діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища, підприємство повинно мати резерви, які можуть використовуватися в кризових ситуаціях. Важливим є ретельний моніторинг фінансових показників та їх аналіз, щоб швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та внутрішніх процесах підприємства.

При виборі джерел формування активів слід проаналізувати наявність вільних грошових коштів в Балансі підприємства. В разі відсутності достатньої суми коштів на придбання необоротних активів, слід придбати їх в кредит. При цьому слід враховувати, що повертати до банку слід окрім основної суми кредиту, ще й відсотки. Підприємства зі значними ресурсами, великою базою постійних покупців, маючи зростаючий попит на продукцію, намагаються працювати на засадах самоокупності, не використовуючи кредитні кошти. Операції з використання кредитних коштів впливатимуть на фінансові результати в частині нарахування відсотків, що будуть відображені як фінансові витрати.

4. Управління витратами також може включати розробку стратегії закупівлі та укладання вигідних угод з постачальниками. Наприклад, придбання матеріалів

великими обсягами за оптовими цінами може суттєво знизити витрати на процес придбання, що в подальшому дозволить знизити собівартість готової продукції, сформувати низьку ціну, що в подальшому призведе до зростання обсягів продажу і зростання позитивного фінансового результату (прибутку).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ПрАТ «Київстар»

ПрАТ «Київстар» займає провідне місце серед телекомунікаційних компаній в Україні, що визначається її розгалуженою і розвиненою інфраструктурою. Основною сферою її діяльності є забезпечення послуг мобільного зв'язку та Інтернет-послуг широкосмугового доступу на всій території України. У компанії визначається два ключових напрямки розвитку: мобільний та фіксований зв'язок. Це означає, що Київстар має великий потенціал для надання якісних послуг з передачі даних. Зокрема, вони активно використовують передові технології, такі як 3G та 4G, щоб забезпечити користувачам високоякісний та стабільний зв'язок.

Наявність сучасних технологічних рішень в сфері мобільного та фіксованого зв'язку визначається значними технічними потужностями компанії. Це дозволяє забезпечити не тільки надійне покриття в містах, але й у більш ніж 28 тисячах населених пунктів, включаючи великі магістральні автошляхи локального та національного значення. Варто зазначити, що базові станції мережі розташовані стратегічно, щоб забезпечити ефективне покриття території. Це включає міста України та їхні околиці, а також мережі зв'язку, які охоплюють великі магістральні маршрути, які мають важливе значення для локального та національного сполучення.

Застосування передових технологій, таких як 3G та 4G, підвищує якість послуг і забезпечує користувачам швидкий та надійний доступ до мережі Інтернет. Такий підхід підкреслює технологічне випередження компанії та її бажання задовольняти сучасні вимоги споживачів у сфері телекомунікацій. Тож, ПрАТ «Київстар» володіє вражаючою інфраструктурою та технічним потенціалом, що дозволяє їй ефективно конкурувати на ринку

телекомунікаційних послуг, надаючи клієнтам високоякісний зв'язок та доступ до Інтернету.

ПрАТ «Київстар» становить важливий етап у розвитку телекомунікаційного сектору України, і його історія відзначається численними досягненнями та інноваціями, що визначили його лідерську позицію на ринку. Заснована у 1994 році Ігорем Литовченком, компанія почала свою діяльність під назвою «Bridge», яку пізніше змінила на сучасну «Київстар».

У 1997 році стартувала реалізація мережі мобільного зв'язку по всій території України, що стало визначальним моментом в історії компанії. Вже наступного року вперше в Україні була введена технологія обміну короткими повідомленнями (SMS), що розширило можливості комунікації між абонентами.

Два роки пізніше, у 2000 році, компанія вразила своїх клієнтів, ставши першим оператором в Україні, що надавав послуги безкоштовних дзвінків серед власних споживачів внутрішньої мережі. Це стало важливим кроком у розвитку та залученні нових абонентів. Також в цей період вперше з'явилася можливість підключення до послуг мобільного Інтернету, роумінгу та використання послуг GSM-банкінгу.

У 2002 році компанія отримала міжнародну сертифікацію ISO 9001:2000, що підкреслило її високі стандарти управління якістю. Також в цей період Київстар досяг 100%-го покриття роумінгом усіх країн Європи, що покращило можливості користувачів для зв'язку за кордоном.

У 2009 році відбулося злиття Київстару із компанією Вимпелком, результатом чого став створений холдинг VimpelCom Ltd, який згодом був перейменований у VEON. Це було значущим подією, що визначила стратегічні перспективи для розвитку компанії в міжнародному контексті. До 2012 року відбулося злиття Київстару із Beeline-Україна, і компанія стала ще більшою та потужнішою у своїх можливостях.

У 2015 році, після отримання необхідних ліцензій, Київстар впровадив технологію 3G, що суттєво покращило якість наданих послуг. У першій половині 2018 року Київстар переходить на новий етап розвитку, починаючи запуск

технології 4G по всій території України. Це рішення відкриває нові можливості для користувачів у сфері швидкісного та стабільного Інтернет-зв'язку.

Сьогодні ПрАТ «Київстар» входить до складу європейського телекомунікаційного холдингу VEON, який є лідером у світі та об'єднує різноманітні бренди мобільного зв'язку та Інтернет-послуг. Володіючи близько 73,8% акцій Київстару, VEON підтверджує його стратегічне значення та визначає перспективи для подальшого розвитку.

Отже, історія Київстару є не лише розповіддю про технічний прогрес, але й про важливий внесок у розвиток телекомунікаційного ринку України, де вона продовжує бути ключовим учасником і визначальним фактором в забезпеченні зв'язку та доступу до Інтернету для мільйонів користувачів.

Загальну інформацію про підприємство, можна побачити у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна інформація про ПрАТ «Київстар»

Назва підприємства	Приватне акціонерне товариство «Київстар»
ЄРДПОУ	21673832
Юридична адреса:	Україна, м. Київ, вул. Дегтярівська, буд. 53, 03113
Діяльність:	Послуги зв'язу та передачі даних
Власник	Комаров Олександр Валерійович
Електронна поштова адреса:	info@kyivstar.net
Спосіб утворення	Корпоративний
Розмір підприємства	Велике
Організаційна форма	Самостійне
Форма власності	Приватне
Організаційно-правова форма	Приватне акціонерне товариство

ПрАТ «Київстар» є провідним оператором телекомунікаційних послуг, що має високі стандарти в наданні послуг і відданості своїм клієнтам. Основна місія компанії полягає в тому, щоб вдосконалювати якість життя людей через надання високоякісних телекомунікаційних послуг. У своїй діяльності компанія керується ключовими цінностями, такими як простота, інноваційність та покращення.

Основним напрямком діяльності ПрАТ «Київстар» є сфера телекомунікаційних послуг. Компанія спеціалізується на наданні безпроводних

послуг зв'язку, що включає в себе широкий спектр послуг для мобільного зв'язку. Також, важливою галуззю діяльності є послуги кабельного зв'язку, що забезпечують надійний і швидкий доступ до Інтернету та інших телекомунікаційних послуг.

У доповнення до основних напрямків, компанія має право на реалізацію додаткових послуг на законних підставах. До таких напрямків входять будівництво та ремонт телекомунікаційного обладнання, оптово-роздрібна торгівля, а також надання послуг з ремонту побутової техніки та електронних приладів. Це розширює сферу впливу компанії на ринку та надає клієнтам можливість звертатися до одного постачальника для різноманітних потреб.

Крім того, ПрАТ «Київстар» здійснює інші послуги, такі як інформаційно-довідкові, що сприяють зручності та доступності інформації для клієнтів. Компанія також проводить маркетингові та соціологічні дослідження, що допомагають в розумінні потреб та вимог ринку та сприяють вдосконаленню стратегії розвитку.

Важливо відзначити, що ПрАТ «Київстар» визначається не лише як провайдер телекомунікаційних послуг, а й як компанія, що активно впроваджує інновації. Інноваційність є ключовим елементом стратегії, спрямованої на постійне вдосконалення технологій та сервісів, що надаються. Це дозволяє компанії залишатися в лідерах галузі та задовольняти зростаючі потреби та очікування своїх клієнтів.

Усі ці аспекти взаємодії становлять комплексну стратегію ПрАТ «Київстар», яка орієнтована на забезпечення високоякісних телекомунікаційних послуг, сприяння розвитку та покращенню якості життя користувачів, інноваційний розвиток та розширення спектру послуг для ринку.

Розглянемо організаційну структуру діяльності ПрАТ «Київстар» на рисунку 2.1.



Рис. 2.1. Організаційна структура ПрАТ «Київстар»

ПрАТ «Київстар» визначається лінійно-функціональним типом організаційної структури, що є класичним підходом у розподілі персоналу за відділами, дирекціями та функціональними підрозділами. Цей підхід дозволяє чітко визначити функції та обов'язки кожного підрозділу, забезпечуючи ефективну внутрішню координацію та керівництво.

У лінійно-функціональній структурі пряма ієрархія відповідальності, де президент компанії виступає центральною фігурою, керуючи діяльністю відділів та функціональних підрозділів. Це сприяє швидкому та ефективному прийняттю рішень та координації робіт всієї компанії.

На момент завершення 2023 року, ПрАТ «Київстар» мала загальну чисельність персоналу, яка становила 3659 особи. Важливо відзначити, що компанія вкладає значні зусилля в розвиток професійного потенціалу свого персоналу. Відсоток працівників із вищою освітою складає 90%, свідчать про високий рівень кваліфікації колективу.

У напрямку розвитку професійних компетенцій персоналу, компанія ініціює

проведення спеціалізованих курсів, тренінгів та конференцій. Це сприяє постійному підвищенню рівня кваліфікації працівників та їх адаптації до новітніх технологій та вимог ринку.

Додатковим аспектом є впровадження заходів з тимблдіingu, спрямованих на покращення внутрішньогрупової взаємодії між колективами різних відділів. Це сприяє формуванню ефективного командного духу в організації.

Тож, в організаційній структурі ПрАТ «Київстар» виокремлюється лінійно-функціональний підхід, спрямований на ефективне керівництво та координацію робіт. Підвищення кваліфікації персоналу, турбота про командний дух та рівноправ'я в організації підтверджують високий стандарт управління та соціальної відповідальності компанії.

Окрім того, гендерна структура персоналу є важливим аспектом соціального управління. На рисунку 2.2. представлено, що ПрАТ «Київстар» приділяє увагу рівноправ'ю та рівності у роботі. Аналіз гендерної структури свідчить про те, що компанія дбає про рівномірне представництво жінок та чоловіків у своєму персоналі.



Рис. 2.2. Гендерна структура персоналу ПрАТ «Київстар»

Результати, представлені на рисунку 2.2, вказують на те, що у структурі ПрАТ «Київстар» кількість працівників чоловічої статі перевищує дві третини від загальної чисельності. Зазначимо, що лише 29% жінок займають керівні посади в компанії. Хоча ці показники відповідають формальній пропорційності гендерної структури управлінського персоналу, вони трошки нижчі порівняно із середніми показниками по Україні та галузі.

Наприклад, порівнюючи дані з усією країною, можна відзначити, що в ПрАТ «Київстар» кількість жінок на керівних посадах становить 29%, тоді як в середньому по Україні цей показник складає 30%. Також важливо зазначити, що у сфері телекомунікацій середній рівень жіночого представництва на керівних посадах складає 35,3%. Хоча відхилення у показниках ПрАТ «Київстар» є невеликими, вони вказують на можливі особливості та виклики в галузі. Необхідно враховувати, що ці різниці не є критичними та можуть бути обумовлені як галузевими особливостями, так і актуальними проблемами державної політики у сфері гендерної рівності. Важливо зазначити, що компанія демонструє свою відданість цінностям рівності та різноманітності.

Також слід враховувати, що ПрАТ «Київстар» входить до переліку кращих роботодавців України згідно з рейтингом, опублікованим журналом «Фокус». Це може свідчити про те, що компанія зосереджує увагу не лише на кількісних показниках гендерного розподілу, але й на створенні сприятливого середовища для всіх працівників, незалежно від статі.

Отже, несуттєві відхилення у гендерній структурі персоналу ПрАТ «Київстар» від середніх значень свідчать скоріше про галузеві особливості, ніж про систематичні проблеми в кадровій політиці компанії. Зазначені різниці можуть бути індикаторами потреби у подальшому розвитку стратегій, спрямованих на підтримку гендерної рівності та вдосконалення представництва жінок на керівних посадах.

ПрАТ «Київстар» на сучасному етапі активно розвивається в рамках різноманітних напрямків, спрямованих на надання передових телекомунікаційних послуг та впровадження інноваційних технологій. Основні пріоритетні напрямки

діяльності компанії можна виділити наступним чином.

Перший напрямок – це надання послуг мобільного Інтернету та зв'язку. ПрАТ «Київстар» активно працює над поліпшенням якості та розширенням покриття послуг мобільного Інтернету та зв'язку. Однією з ключових стратегій є перехід клієнтів з технології 3G на більш ефективну 4G. За результатами 2019 року, компанії вдалося залучити до свого сервісу 9,1 мільйона абонентів, що свідчить про високий рівень результативності в даному напрямку. Лідерські позиції ПрАТ «Київстар» серед вітчизняних операторів зв'язку підтверджують успішність їх стратегії та конкурентоспроможність на ринку.

Другий напрямок – це надання послуг фіксованого доступу до Інтернету. Компанія динамічно розширює клієнтську базу у якості Інтернет-провайдера, акцентуючи увагу на ефективності маркетингової стратегії. Особлива увага приділяється формуванню збалансованої товарної політики та інтегрованих пропозицій для споживача, зокрема застосування знижок при одночасному підключенні Інтернету та телебачення. Ця стратегія сприяє активному привертанню нових клієнтів та утриманню існуючої аудиторії [61].

Третій напрямок – це інтернет речей (IoT). Розвиток та впровадження технології Інтернету речей (IoT) є ще одним важливим напрямком діяльності ПрАТ «Київстар». Цей напрямок включає в себе розробку необхідного програмного забезпечення та вдосконалення роботи сучасної високотехнологічної онлайн-платформи. Розроблена компанією онлайн-платформа IoT дозволяє клієнтам оперативно відслідковувати стан та витрати на утримання їхніх пристроїв. Це включає в себе збір, аналіз та оптимізацію статистичних даних про користування різноманітними пристроями, що сприяє зручності та ефективності використання сучасних технологій.

Ці пріоритетні напрямки свідчать про стратегічне бачення ПрАТ «Київстар» та його зобов'язання до постійного вдосконалення та розширення спектру послуг, а також використання інновацій для забезпечення високої якості та задоволення різноманітних потреб клієнтів. Успішна реалізація цих стратегічних напрямків дозволить компанії не лише утримати свої лідерські позиції на ринку, але й

зміцнити їх у майбутньому, забезпечуючи сталість та стійкість в конкурентному середовищі.

ПрАТ «Київстар» відзначається не лише як провідний оператор телекомунікаційних послуг, але і як компанія, що приділяє велику увагу соціальній відповідальності та екологічному аспекту в своїй діяльності. Це проявляється не лише в людиноцентрованій кадровій політиці, але й у ряді ініціатив, спрямованих на збереження навколишнього середовища та активну участь у громадському активізмі.

Однією з ключових цінностей компанії є безвідходне виробництво, що виявляється в сучасній системі ведення кадрової документації, відсутності паперового документообігу, за винятком випадків, передбачених законодавством. Такий підхід дозволяє не лише зменшити вплив підприємства на навколишнє середовище, але і оптимізувати внутрішні робочі процеси та забезпечити ефективність управління.

Додатково, ПрАТ «Київстар» запроваджує програму «Зелений офіс», спрямовану на створення екологічно збалансованого робочого середовища. Ця програма включає в себе поетапну заміну енергонеефективних ламп освітлення, комплексну енергомодернізацію приміщень та систематичний збір, сортування та відправлення на переробку різноманітних видів відходів, включаючи папір, пластикові кришечки та інші матеріали.

Помітною є також активна участь ПрАТ «Київстар» у соціальних та освітніх ініціативах. Компанія не лише ініціює, але й організовує та бере участь у заходах суспільного та освітнього характеру, волонтерських кампаніях. Це не лише виражається в підтримці різноманітних благодійних проектів, але й у створенні та підтримці освітніх ініціатив.

Однією з таких ініціатив є програма Radar TECh, спрямована на розвиток технологічного потенціалу серед молоді та підтримку інновацій в Україні. Програма «Зроби свій внесок» висвітлює значущість особистого внеску кожного працівника у створення позитивних змін, спонукаючи до активної участі у розвитку суспільства та підтримці соціальних проектів. Kyivstar Business Hub, у

свою чергу, є платформою для підтримки та розвитку малих та середніх підприємств, що є важливим фактором для економічного зростання та стабільності.

Таким чином, ПрАТ «Київстар» не лише відзначається у своїй галузі як провідний телекомунікаційний оператор, але й активно виконує роль соціально відповідального підприємства, спрямовуючи свої зусилля на збереження навколишнього середовища, розвиток освітніх та соціальних ініціатив. Ця комплексна стратегія сприяє позитивному впливу на розвиток суспільства та зміцненню репутації компанії у глобальному контексті.

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ПрАТ «Київстар»

Дослідження проблеми забезпечення стабільно високого рівня доходності підприємства вимагає комплексного підходу, що включає не лише науково-методологічний аналіз даної категорії та її економічної сутності, але й використання прикладних методик оцінки цього показника.

Формування ефективних рекомендацій для підвищення поточного рівня доходності підприємства вимагає ретельного розгляду всіх аспектів його діяльності, починаючи з основних фондів та завершуючи показниками рентабельності. Комплексний аналіз економічних показників ПрАТ «Київстар» спрямований на об'єктивну оцінку поточного стану підприємства, визначення його відповідності наявному економічному потенціалу та ідентифікацію ключових «точок впливу» на фінансово-господарський стан та рівень доходності.

Цільові завдання включають також виявлення резервів для підвищення рівня доходності при існуючих умовах господарювання та визначення потенційних «точок росту» ПрАТ «Київстар» у довгостроковій перспективі. Зазначений аналіз допомагає не лише виявити недоліки у фінансово-господарській діяльності підприємства, а й розкрити можливості для оптимізації та покращення її ефективності.

Таким чином, систематичний та глибокий аналіз економічних показників є ключовим етапом у розробці конкретних стратегій та рекомендацій, спрямованих

на підвищення доходності підприємства, що, в свою чергу, впливає на його стійкість та конкурентоспроможність на ринку.

Зокрема, одним із важливих показників є рентабельність, яка визначає співвідношення між виручкою та загальними витратами. Цей показник є важливим інструментом для визначення, наскільки ефективно компанія використовує свої ресурси та генерує прибуток.

Висока рентабельність може свідчити про успішність бізнесу. Ще одним важливим показником є обсяг фінансових активів. Цей показник вказує на фінансовий потенціал компанії та її здатність вкладати гроші у розвиток бізнесу та інвестувати в нові можливості. Аналіз витрат та їх структури також є важливою частиною економічного управління.

Динаміка основних показників діяльності ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр. наведена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка основних показників діяльності ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр.*

№ з/п	Показник, од. вим.	Роки			Абсолютне відхилення 2023-2022 р.
		2021	2022	2023	
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід, тис. грн.	28559150	30900973	33165048	2264075
2	Інші операційні доходи, тис. грн.	217437	252484	229718	-22766
3	Інші фінансові доходи, тис. грн.	48828	155497	588132	432635
4	Інші доходи, тис. грн.	235778	236812	195065	-41747
5	Собівартість реалізації, тис. грн.	9508087	13073367	14052407	979040
6	Адміністративні витрати, тис. грн.	1885353	2357912	2430110	72198
7	Витрати на збут, тис. грн.	2362458	2556755	2468002	-88753
8	Інші операційні витрати, тис. грн.	115856	598153	357394	-240759
9	Фінансові витрати, тис. грн.	967025	1226928	1942998	716070
10	Інші витрати, тис. грн.	166265	17226	2002	-15224
11	Оборотні активи, тис. грн.	3044988	8566060	15789751	7223691

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
12	Коефіцієнт покриття	0,47	0,89	1,66	0,77
13	Основні засоби, тис. грн.	16291426	18148936	21469991	3321055
14	Фондовіддача	1,92	1,68	1,67	-0,01
15	Активи, тис. грн.	29794175	41547330	50396195	8848865
16	Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	10,85	5,32	2,72	-2,6

*Джерело: побудовано на основі Додатків А, Б, В.

В 2023 році порівняно з 2022 р. чистий дохід збільшився на 2264075 тис. грн. або на 7,33 %. Інші операційні доходи зменшилися на 22766 тис. грн або 9,02 %. А інші фінансові доходи зросли на 432635 тис. грн. або в 3,78 рази. Інші доходи зменшилися на 41747 тис. грн. або на 17,63 %.

Валюта балансу зросла в 2023 році порівняно з 2022 роком на 8848865 тис. грн. або на 21,30 %, що свідчить збільшення обсягів діяльності і є позитивною тенденцією розвитку підприємства. Оборотні активи зросли на 7223691 тис. грн. або на 84,33 %.

Хоча коефіцієнт покриття ще не досягає оптимального значення, однак він почав зростати з 0,47 у 2021 році до 1,66 у 2023 році, що є доволі позитивною тенденцією. Фондовіддача та коефіцієнт оборотності мають тенденцію до зменшення, що є негативним явищем.

Розглянемо динаміку рентабельності продукції та продажу ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Рентабельність продукції та продажу ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр.*

№ з/п	Показник	Роки		
		2021	2022	2023
1	Рентабельність продукції. %	200,37	136,37	136
2	Рентабельність продаж, %	66,71	57,69	57,63

*Джерело: побудовано на основі Додатків А, Б, В.

Отже, за останні три роки найвищі показники рентабельності продукції і продажу припадають на 2021 рік і мають тенденцію до поступового зниження у

2022 і 2023 роках. Однак в цілому мають досить високе значення у 2023 р. рентабельність продукції 136 %, а продажу – 57,63 %.

Детальне вивчення витрат дозволяє ідентифікувати області, де можна здійснити оптимізацію та знизити витрати. Крім того, показники фінансового - стану, такі як ліквідність, розраховуються для оцінки готовності компанії виплачувати поточні зобов'язання та подолання фінансових труднощів. Це допомагає компанії планувати свої фінансові операції та уникати ліквідності.

Усі ці показники разом створюють об'єктивну картину економічного стану ПрАТ «Київстар» та надають важливу інформацію для прийняття стратегічних рішень. Такий детальний аналіз показників дозволяє компанії ефективно керувати своєю діяльністю та досягати успішних результатів на ринку послуг зв'язку.

Отже, ПрАТ "Київстар" є провідним оператором мобільного зв'язку в Україні з понад 26 мільйонами абонентів по всій країні. Компанія була заснована в 1997 році і з того часу демонструє стійке зростання та розвиток.

Одним з ключових факторів успіху Київстар є його інноваційний підхід до розвитку послуг мобільного зв'язку. Компанія постійно впроваджує новітні технології, такі як 3G, 4G та нещодавно 5G, щоб забезпечити своїм клієнтам найшвидший мобільний інтернет в Україні. Київстар також регулярно розширює свій асортимент послуг, включаючи мобільний контент, фінансові та розважальні сервіси. Це дозволяє компанії задовольняти потреби найвибагливіших клієнтів.

Ще одним ключовим фактором успіху Київстар є його орієнтація на клієнта. Компанія постійно інвестує в покращення якості обслуговування клієнтів, впроваджуючи інноваційні рішення самообслуговування та розширюючи мережу центрів обслуговування по всій країні. Київстар також регулярно проводить опитування задоволеності клієнтів та використовує ці дані для вдосконалення своїх продуктів та послуг. Результат - один з найвищих показників лояльності клієнтів серед операторів мобільного зв'язку.

З фінансової точки зору, Київстар демонструє сильні та стабільні показники зростання протягом багатьох років. Незважаючи на складні економічні умови в Україні, компанія генерує стійкий річний дохід, який у 2023 році склав понад 15

мільярдів гривень. Прибуток компанії також залишається солідним, надаючи фінансові ресурси для подальших інвестицій у розвиток. Такі фінансові показники є свідченням того, наскільки ефективно Київстар працює на висококонкурентному ринку телекомунікацій [15].

Ще однією важливою перевагою Київстар є його величезна та розвинена мережа інфраструктури по всій Україні. Компанія експлуатує понад 16 000 базових станцій, що забезпечує одне з найкращих покриттів мобільним зв'язком в країні. Київстар продовжує активно інвестувати в розширення та модернізацію своєї мережі, особливо в сільській місцевості, де покриття раніше було слабким. Це свідчить про стратегічне бачення компанії та її здатність реалізовувати масштабні інвестиційні проекти.

Нарешті, слід також відзначити сильний менеджмент Київстар як один з ключових факторів успіху. Команда топ-менеджерів та виконавче керівництво компанії мають великий досвід роботи в телекомунікаційній галузі та з успіхом керували Київстар протягом багатьох років. Вони демонструють відмінні лідерські, стратегічні та управлінські навички, які допомагають компанії розвиватися навіть в складних ринкових умовах.

Підсумовуючи вищесказане, наявні всі ознаки того, що ПрАТ "Київстар" є дійсно успішною та ефективно функціонуючою компанією в своїй галузі. Він демонструє інноваційний підхід, орієнтацію на клієнта, сильні фінансові показники, розвинену інфраструктуру та професійний менеджмент. Завдяки успішній бізнес-моделі та грамотній експлуатації своїх ключових переваг на ринку, Київстар можна вважати однією з найкращих компаній телекомунікаційної галузі України. Компанія має всі шанси і надалі нарощувати свою частку на ринку та підвищувати вартість бізнесу для акціонерів.

2.3. Оцінка системи управління фінансовими результатами підприємства

Ведення аналітичного та синтетичного обліку формування та подальшого цілеспрямованого розподілу фінансових результатів в ПрАТ «Київстар» відбувається на основі первинної інформації. Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" передбачено, що на керівника підприємства покладено відповідальність за ведення бухгалтерського обліку на підприємстві в такий спосіб, щоб забезпечити документальне оформлення усіх господарських операцій, що проводяться в межах комерційної, фінансової та виробничо господарської діяльності [15]. Документування – це перший етап бухгалтерського обліку, від якості, достовірності, цілісності та оперативності якого залежать наступні облікові процедури. Своєчасна підготовка інформації про діяльність підприємства перебуває в залежності, насамперед, від своєчасного оформлення та надання до бухгалтерії первинних документів з місць виробництва, виконання робіт і послуг та інших структурних підрозділів підприємства. Для того, щоб первинні документи вчасно надходили з місць їх зберігання, необхідно скласти графік документообігу, встановити порядок і умови складання та передача документів до бухгалтерії та призначити конкретних осіб, відповідальних за встановлений порядок і умови.

Організація документопотоку в ПрАТ «Київстар» показана на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Організація документопотоку в ПрАТ «Київстар»

На основі первинних документів, в яких зафіксовано факти вчинення господарських операцій в ПрАТ «Київстар», такі операції відображаються в бухгалтерському обліку. Складання первинних документів на паперових або машинних носіях передбачено безпосередньо під час здійснення господарської операції, а у випадку неможливості – відразу після її завершення. З метою контролювання та систематизації оброблення даних первинних документів організовано складання зведених облікових документів з зазначенням обов'язкових реквізитів.

Інформація, наведена в прийнятих бухгалтерією первинних документах, підлягає систематизації на бухгалтерських рахунках та регістрах синтетичного та аналітичного обліку, застосовуючи подвійний запис на кореспондуючих рахунках.

Керівником ПрАТ «Київстар» затверджено список осіб, яким надано право підписувати первинні документи на проведення господарських операцій, що передбачають відпуск (витрачання) грошових коштів, товарно-матеріальних цінностей, документів, активів та іншого майна.

Так, як показник “прибуток” є синтезованим і формується на основі зведених документів, які є результатом обробки інформації на основі первинних документів, то первинної документації, як такої, для обліку прибутку не існує. Первинними документами при їх відображенні в ПрАТ «Київстар» є довідки бухгалтерії.

Побудова форм узгоджених документів, оформлення різного роду первинних, проміжної та підсумкової (узагальнюючої) інформації та показників, формування звітності обумовлено значною кількістю операцій, виконання яких потребує участю багатьох виконавців. Це вимагає продуманої та узгодженої послідовності дій і процедур передачі облікової інформації (документів) в просторі та часі.

Основним результатом діяльності ПрАТ «Київстар» є прибуток від реалізації електротехнічної продукції та електронного обладнання. Він займає основну позицію в доходах компанії. Прибуток від реалізації електротехнічних та

електронних виробів і обладнання обчислюється шляхом вирахування із загального обороту витрат, що становлять ПДВ та собівартість реалізованої продукції. Діяльність, що не є основною, але пов'язана з продажем основного засобу, нематеріального активу та певних супутніх послуг, генерує прибуток від іншої реалізації. В результаті фінансових інвестицій ПрАТ «Київстар» отримує дохід у вигляді дивідендів по акціях, інвестицій в статутний капітал інших підприємств, державних облігацій, корпоративних облігацій та відсотків по банківських депозитних рахунках.

У бухгалтерській обліковій системі прибуток (збиток) формується поступово протягом фінансового та операційного років і включає всі види діяльності. Розрахунок фінансових результатів включає реалізацію продукції підприємства, тобто результати цільової діяльності підприємства, іншої операційної діяльності, фінансових операцій та непередбачених витрат. Тому процес побудови обліку фінансових результатів ПрАТ «Київстар» координується в рамках загальних вимог сформованої облікової політики.

Рзаєва Т.Г., Сереветник О.В. стверджують, що більшість авторів, наголошують на доцільності проведення трендового (горизонтального) та вертикального (структурного) аналізу фінансових результатів, доходів та витрат, що його формують, а саме пропонують такі напрями: – оцінка рівня, динаміки й структури фінансових результатів та показників, що їх формують; – оцінка рівня, динаміки й структури доходів і витрат у розрізі видів діяльності; – оцінка рівня, динаміки й структури фінансових результатів за видами діяльності підприємства; – факторний аналіз показників фінансових результатів, доходів та витрат; – аналіз показників рентабельності та дослідження впливу факторів, що обумовлюють їх динаміку [40, с. 123].

За даними фінансової звітності ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр. підприємство має додатні фінансові результати за всіма показниками з тенденцією протягом 2021-2023 рр. до зростання: валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування (прибуток), чистий фінансовий результат (прибуток).

Розроблені етапи управління фінансовими результатами з врахуванням розподілу на види діяльності та повноту виконання операцій щодо оплати наведено на рис. 2.4.

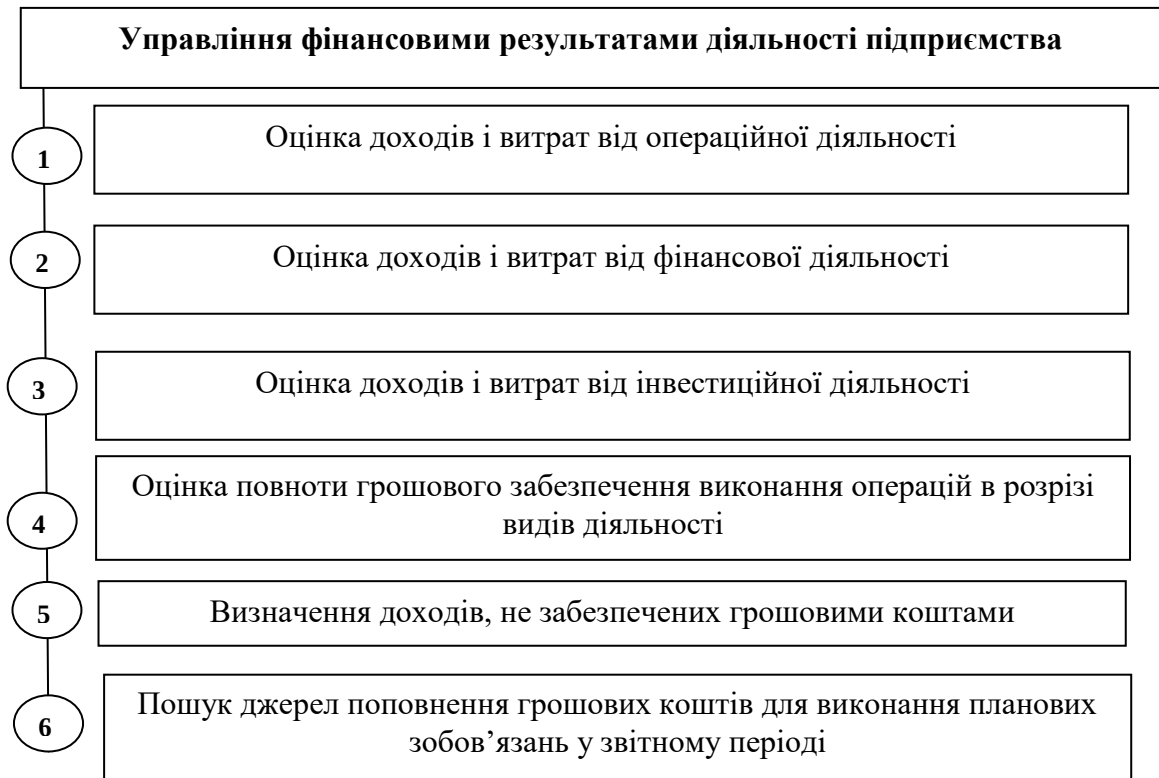


Рис. 2.4. Етапи управління фінансовими результатами діяльності ПрАТ "Київстар"

Оцінка ефективності управління підприємством є складним та багатоплановим процесом, який включає в себе аналіз різних аспектів діяльності компанії. Розглянемо структуру доходів від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 р. на рис. 2.5.

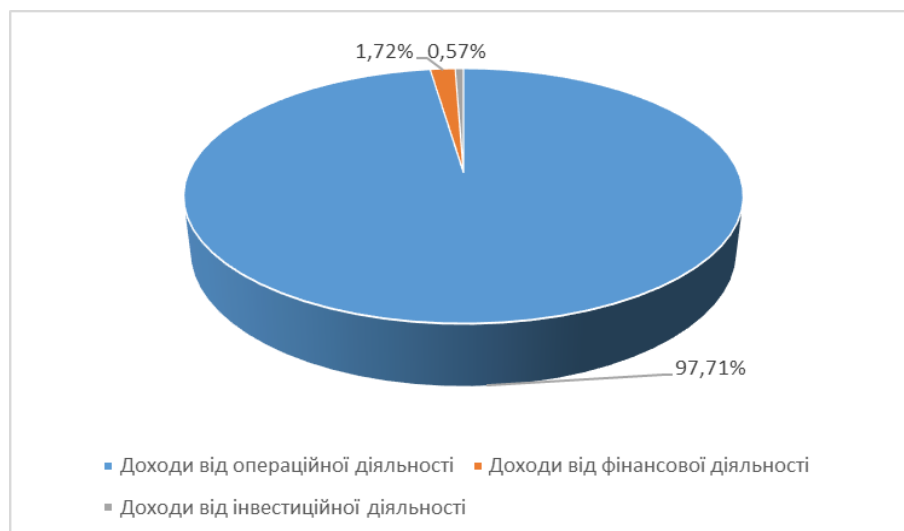


Рис. 2.5. Структура доходів від різних видів діяльності

ПрАТ "Київстар" у 2023 р.*

*Джерело: побудовано на основі Додатків А, Б, В.

Як бачимо, ПрАТ "Київстар" обрало правильно види діяльності, найбільша питома вага доходів від операційної діяльності серед усіх доходів 97,71 %.

Розмежування витрат від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 р. наведено на рис. 2.6.

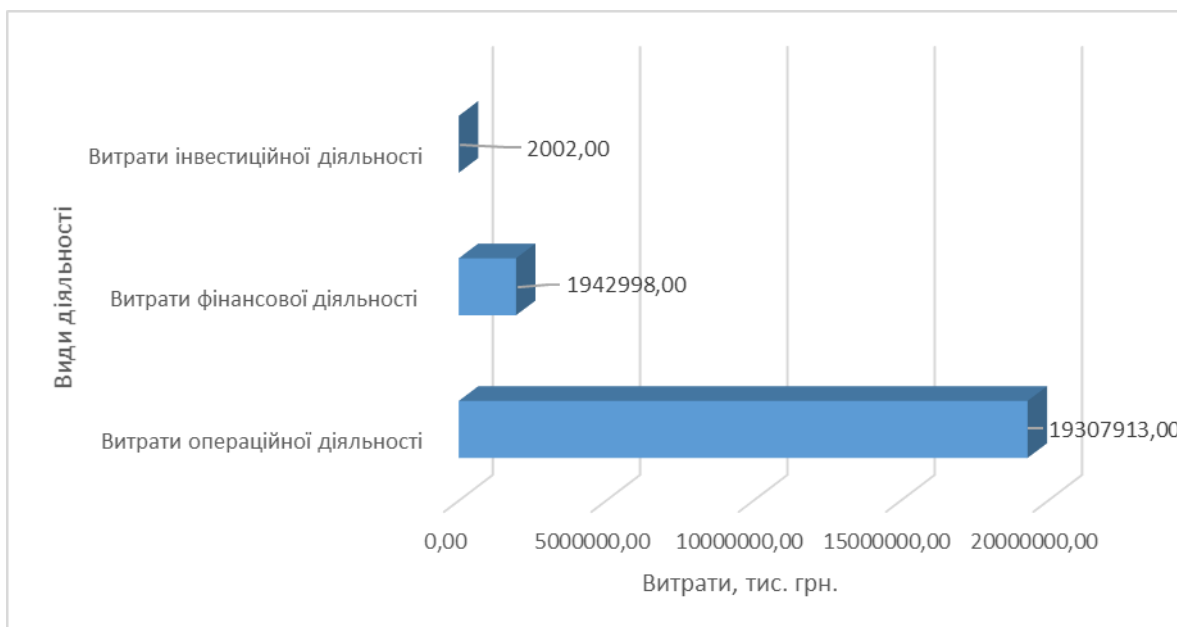


Рис. 2.6. Витрати від різних видів діяльності

ПрАТ "Київстар" у 2023 р.*

*Джерело: побудовано на основі Додатків А, Б, В.

У 2023 році питома вага витрат операційної діяльності у загальних витратах склала 90,85 %, фінансової – 9,14 %, а інвестиційної – 0,01 %.

Слід визначити структуру фінансових результатів за видами діяльності у 2023 році, що наведено на рис. 2.7.

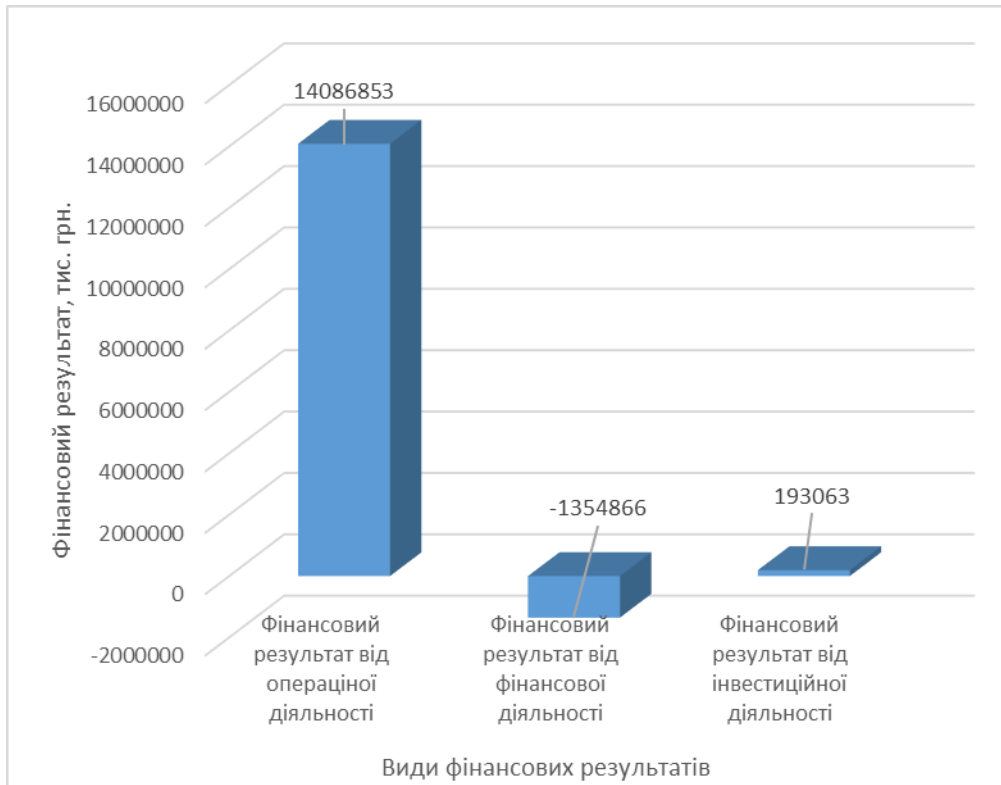


Рис. 2.7. Фінансові результати від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 році*

*Джерело: побудовано на основі Додатків А, Б, В.

Аналіз фінансових результатів від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 році показав, що додатне прибуткове значення мають фінансові результати від операційної та інвестиційної діяльності, водночас фінансова діяльність ПрАТ "Київстар" є збитковою. Операційна діяльність має домінуючі позиції, що свідчить про правильний вибір основного виду КВЕД.

Дослідження фінансових показників компанії є першим та ключовим етапом в оцінці її ефективності. У контексті ПрАТ "Київстар" це означає аналіз динаміки прибутку, рентабельності та оборотних коштів. При цьому важливо враховувати, що ці показники відображають фінансову стабільність та результативність стратегій, які обрані керівництвом.

Почнемо з аналізу динаміки прибутку компанії. Прибуток є одним із ключових показників фінансового здоров'я будь-якого підприємства. Позитивна динаміка прибутку вказує на те, що компанія здатна ефективно генерувати дохід. Величина та стабільність прибутку також є важливими аспектами. Наприклад, зростання прибутку може бути результатом ефективного введення нових продуктів або послуг, розширення географії ринків або збільшення частки ринку. З іншого боку, стабільний прибуток вказує на високий рівень надійності та дієздатності компанії.

Рентабельність - це ще один важливий фактор у фінансовому аналізі. Цей показник дозволяє визначити, наскільки ефективно компанія перетворює свій обсяг продажів чи обсяг послуг на прибуток. Висока рентабельність свідчить про те, що вартість виробництва або надання послуг управляється ефективно, що, в свою чергу, може бути наслідком оптимізації процесів, використання ресурсів чи вдосконалення виробничих технологій.

Оборотні кошти грають ключову роль у фінансовому управлінні. Це активи, які можуть бути легко перетворені на гроші. Аналіз оборотних коштів дає можливість зрозуміти, наскільки ефективно керівництво управляє активами компанії. Великі оборотні кошти можуть свідчити про те, що компанія може швидко реагувати на ринкові зміни або інвестувати в нові можливості.

Ці три фінансові показники взаємодіють і взаємопов'язані. Наприклад, збільшення оборотних коштів може сприяти зростанню прибутку, якщо ці кошти ефективно використовуються для розвитку бізнесу або покращення виробничих процесів.

Позитивна динаміка фінансових показників свідчить не лише про ефективність управління фінансами, а й про стратегічну прозорість та адаптивність компанії до змін в економічному середовищі. Успішна фінансова політика дозволяє компанії залучати інвестиції, виводити нові продукти на ринок та забезпечувати конкурентоспроможність на довгострокову перспективу.

Враховуючи контекст ПрАТ «Київстар», де конкуренція на ринку зв'язку є високою, правильне управління фінансами стає критично важливим елементом

для забезпечення стійкого розвитку та здатності інвестувати в нові технології та послуги для задоволення зростаючих вимог клієнтів. Таким чином, фінансовий успіх стає визначальним

Другий аспект оцінки ефективності управління компанією ПрАТ "Київстар" зосереджений на її операційній ефективності. Це включає в себе комплексний аналіз різних аспектів діяльності, таких як обсяг наданих послуг, динаміка абонентської бази, частка ринку та впровадження нових технологій.

Обсяг наданих послуг є важливим показником операційної ефективності. У контексті телекомунікаційного сектору, до якого відноситься "Київстар", це визначається кількістю послуг, які компанія надає своїм клієнтам, таких як мобільний та стаціонарний зв'язок, Інтернет, телевізійні послуги та інше. Зростання обсягу наданих послуг може свідчити не тільки про розширення асортименту, але і про підвищення відомості про бренд, що може привести до залучення нових клієнтів та збільшення доходів.

Динаміка абонентської бази є ще одним ключовим показником операційної ефективності. Збільшення абонентської бази може бути наслідком успішних маркетингових стратегій, конкурентоспроможності пропозицій та якості обслуговування. Застосування прогресивних підходів до залучення та утримання клієнтів дозволяє підтримувати стійкий ріст абонентської бази та стійко позиціонувати компанію на ринку.

Частка ринку вказує на ступінь домінування компанії у своїй галузі. Збільшення частки ринку може відбуватися за рахунок вдосконалення стратегій маркетингу, розробки продуктів, а також ефективного впровадження нових технологій. Висока частка ринку також може вказувати на велику лояльність клієнтів та вірність бренду.

Впровадження нових технологій є ключовим елементом операційної ефективності в галузі телекомунікацій. Швидкі та інноваційні технології можуть покращувати якість послуг, забезпечувати швидший та стабільніший зв'язок, а також відкривати нові можливості для розвитку бізнесу. Компанія "Київстар" повинна бути готовою до постійного оновлення своїх технічних рішень та

адаптації до швидко змінюючих вимог ринку.

Оцінка операційної ефективності в контексті ПрАТ "Київстар" важлива для того, щоб не лише забезпечити стійкий ріст компанії, але і підтримати її конкурентоспроможність в умовах швидко змінюючого технологічного та економічного середовища. Успішна операційна ефективність стає запорукою того, що компанія готова відповідати на виклики ринку та надавати високоякісні послуги своїм клієнтам, що в свою чергу є стратегічно важливим для будь-якої компанії в сучасному бізнес-середовищі.

Третій аспект, який визначає ефективність управління ПрАТ "Київстар", - це якість маркетингу та збутової політики компанії. Цей аспект визначає, наскільки успішно компанія взаємодіє зі своїм ринком, привертає увагу клієнтів та розвиває власний бренд.

Один із ключових елементів оцінки цього аспекту - якість маркетингових кампаній. Маркетинг визначає, як компанія позиціонує себе на ринку та як звертається до своєї аудиторії. Успішні маркетингові кампанії повинні враховувати потреби та очікування клієнтів, відзначатися творчістю та інноваційністю. ПрАТ "Київстар" повинно систематично оновлювати та адаптувати свої маркетингові стратегії для відповіді на зміни в умовах ринку та споживацьких тенденцій.

Рекламні заходи відіграють важливу роль у формуванні образу компанії. Вони повинні бути не лише ефективними, але й відповідати цінностям та ідентичності бренду. Позитивна динаміка упізнаваності бренду свідчить про те, що маркетингові зусилля вдалились, а компанія зуміла створити сильний і впізнаваний образ на ринку.

Стратегії просування послуг - це ще один важливий аспект ефективності маркетингу та збутової політики. Компанія повинна правильно визначити, яким чином представляти свої послуги, щоб привертати увагу та задовольняти потреби клієнтів. Здатність ПрАТ "Київстар" ефективно впроваджувати нові послуги та технології на ринок, а також пристосовувати свою стратегію до різних сегментів аудиторії, визначає її успіх у конкурентному середовищі.

Позитивна динаміка звернень потенційних клієнтів є результатом успішної маркетингової стратегії та привабливих пропозицій компанії. Збільшення попиту на продукцію та послуги "Київстар" свідчить про те, що вона здатна ефективно визначати та задовольняти потреби своїх клієнтів.

Динамічний розвиток технологій та зміни споживацьких звичок вимагають від компаній постійної адаптації та інновацій. В епоху цифрового маркетингу компанії повинні бути готові використовувати нові технології, такі як соціальні мережі, онлайн-платформи та персоналізована реклама, для підтримки та розвитку своєї клієнтської бази.

Таким чином, успіх у маркетинговому та збутовому напрямку для ПрАТ "Київстар" полягає у здатності ефективно адаптуватися до змін в індустрії, творчо та інноваційно працювати над рекламними кампаніями та стратегіями просування. Здатність ефективно спілкуватися та взаємодіяти зі своєю аудиторією через різні канали комунікації грає ключову роль у створенні стійкого та конкурентоспроможного бренду на ринку телекомунікацій.

Четвертий аспект, що визначає ефективність управління ПрАТ "Київстар", - це аналіз управління персоналом. Цей аспект охоплює різноманітні аспекти, такі як рівень задоволеності, лояльність, мотивація працівників, плинність кадрів та продуктивність праці.

Оцінка рівня задоволеності працівників є ключовим елементом визначення ефективності управління персоналом. Щасливі та задоволені співробітники мають тенденцію бути більш продуктивними, більш відданими своїй роботі та менш схильними до виснаження. Задоволені працівники також частіше залишаються в компанії, сприяючи стабільності та позитивному іміджу.

Лояльність працівників визначає, наскільки вони віддані компанії та готові вкладати свої зусилля у досягнення її цілей. Висока лояльність створює сприятливу атмосферу в колективі та дозволяє компанії використовувати внутрішні резерви для подальшого розвитку.

Мотивація працівників є важливим аспектом, який впливає на їхню ефективність та відданість роботі. Керівництво компанії повинно створювати

мотиваційні програми, які враховують індивідуальні потреби та амбіції працівників, стимулюючи їх до досягнення власних та корпоративних цілей.

Плинність кадрів є показником стабільності та ефективності управління персоналом. Низький рівень плинності свідчить про те, що компанія здатна залучати та утримувати висококваліфікованих фахівців, що є важливим для утримання корпоративної експертизи та стабільності.

Продуктивність праці є кінцевим результатом ефективного управління персоналом. Забезпечення працівників необхідними ресурсами, якість комунікації в команді, можливості для професійного росту - це фактори, які можуть впливати на загальну продуктивність працівників.

Позитивна динаміка усіх цих показників свідчить про те, що управління персоналом в ПрАТ "Київстар" є ефективним. Висока рівень задоволеності та лояльності працівників вказує на те, що компанія створює сприятливе робоче середовище, в якому працівники відчують себе цінними та важливими для успіху компанії.

Мотиваційні програми та підтримка розвитку працівників допомагають стимулювати їхню творчість та прагнення до самореалізації. Низька плинність кадрів свідчить про те, що компанія вміє залучати та утримувати талановитий персонал, що є важливим ресурсом для довгострокового успіху.

Тож, ефективність управління персоналом у ПрАТ "Київстар" визначається високим рівнем задоволеності, лояльності та мотивації працівників, а також низькою плинністю кадрів та високою продуктивністю праці. Це свідчить про те, що компанія успішно втілює стратегії управління персоналом, спрямовані на підтримку та розвиток її ключового ресурсу - людського капіталу.

Комплексний підхід до оцінки ефективності управління ПрАТ "Київстар" є ключовим аспектом стратегічного розвитку компанії. Розглядаючи різні аспекти її діяльності, можна визначити, як взаємодіють та впливають один на одного фінансові показники, операційна ефективність, маркетингові стратегії та управління персоналом.

Почнемо з аналізу фінансових показників, які є одним із ключових

критеріїв успішності будь-якої компанії. Динаміка прибутку, рентабельності та оборотних коштів відображає ефективність фінансового управління. Позитивна динаміка у цих показниках свідчить про те, що керівництво компанії уміло використовує ресурси, приймає вірні і стратегічно обґрунтовані фінансові рішення, спрямовані на збільшення прибутковості та оптимізацію витрат.

Також важливо розглянути операційну ефективність компанії, оцінюючи обсяги наданих послуг та динаміку абонентської бази. Зростання цих показників може бути результатом якісного маркетингу, проте водночас воно свідчить і про успішну операційну діяльність. Висока операційна ефективність вказує на здатність компанії не лише залучати нових абонентів, але і утримувати існуючих, а також ефективно адаптуватися до змін у галузі та задовольняти зростаючі потреби клієнтів.

Маркетингові стратегії та збутова політика взаємодіють із фінансовими та операційними аспектами. Якість маркетингових кампаній, рекламних заходів та стратегій просування послуг впливає на упізнаваність бренду та звернення потенційних клієнтів. Позитивна динаміка у цих показниках свідчить про ефективні маркетингові рішення, які сприяють не лише привертанню нових клієнтів, але й підтримці та розвитку вже існуючого клієнтського базису.

Останнім, але не менш важливим аспектом є ефективність управління персоналом. Рівень задоволеності, лояльність та мотивація працівників є визначальними чинниками, які впливають на продуктивність та успішність в компанії. Позитивна динаміка у цих показниках свідчить про те, що управління персоналом вдається створювати комфортне та стимулююче робоче середовище, що сприяє якісній виконавчій діяльності працівників.

Таким чином, комплексний підхід до оцінки ефективності управління ПрАТ "Київстар" визначається взаємодією та взаємовпливом різних аспектів її діяльності. Позитивна динаміка у фінансових показниках підтримується операційною ефективністю, яка, у свою чергу, обумовлена якісним маркетингом та ефективним управлінням персоналом. Такий синергетичний підхід сприяє стабільності та успіху компанії в конкурентному середовищі.

Отже, результативність управління ПрАТ "Київстар" визначається комплексним аналізом фінансових показників, операційної ефективності, маркетингових стратегій та управлінської політики з врахуванням стану та потреб персоналу. Загальна позитивна динаміка усіх цих аспектів свідчить про те, що компанія успішно впроваджує свої стратегічні цілі, забезпечуючи стійкий розвиток, конкурентоспроможність та високу прибутковість. Такий підхід до оцінки дозволяє не лише виявити потенційні проблеми, але й зазначити сильні сторони управлінської діяльності, що може служити підґрунтям для подальшого удосконалення стратегій та підвищення конкурентоспроможності компанії.

2.4. Напрями підвищення рентабельності ПрАТ «Київстар» на основі управління фінансовими результатами діяльності

Оцінка ефективності управління підприємством ПрАТ "Київстар" є важливим завданням для визначення успішності компанії та прийняття управлінських рішень.

У контексті сучасного бізнесу, ефективність управління підприємством стає ключовим аспектом його успіху. Для комплексної оцінки цієї ефективності використовують різноманітні підходи, включаючи аналіз фінансових та виробничих показників, аспекти рентабельності, ліквідності, ділової активності та якісні аспекти, такі як задоволеність клієнтів, лояльність персоналу та інноваційність компанії.

Відзначаючи позитивну динаміку ключових показників діяльності Київстар за останні роки, важко не врахувати величезний прогрес у сфері обсягів реалізації послуг та ефективної маркетингової політики компанії. Очевидно, що виручка Київстар регулярно зростає, що є несумнівним свідченням успішного стратегічного планування та впровадження високоефективних бізнес-рішень. Збільшення обсягів реалізації послуг свідчить не лише про розширення аудиторії, але й про удосконалення самого продукту чи послуги, що забезпечує стабільний попит на них серед споживачів.

Особливу увагу слід звернути на показники рентабельності, які у випадку

Київстар також вражають позитивною динамікою. У телекомунікаційній галузі, де конкуренція завжди висока, такі показники вважаються вражаючими та свідчать про успішне фінансове стратегічне управління.

Не менш важливою є ліквідність компанії, яка визначається її здатністю вчасно виплатити зобов'язання. Якщо говорити про Київстар, то стабільність цього показника також заслуговує на увагу. Висока ліквідність говорить про те, що компанія управляє своїми фінансовими ресурсами з великою обережністю, не потрапляючи в ситуації фінансового ризику та забезпечуючи стійкість у веденні бізнесу.

Додатково, важливим аспектом оцінки ефективності управління є ділова активність. Київстар в цьому плані проявляє активність у впровадженні інноваційних рішень та стратегій, спрямованих на поліпшення якості послуг та задоволення потреб споживачів. На тлі швидких технологічних змін у цій галузі, здатність адаптуватися та впроваджувати нововведення стає вирішальною для успіху, і в цьому плані Київстар виявляється на передових позиціях.

Позитивні якісні показники, такі як задоволеність клієнтів і лояльність персоналу, також свідчать про успішність стратегій управління. Якщо клієнти задоволені, це не лише гарантує стабільний потік прибутку, а й вказує на ефективність стратегій обслуговування та взаємодії зі споживачами. Лояльність персоналу також є ключовою, оскільки задоволений та мотивований колектив сприяє підвищенню продуктивності та впровадженню інновацій.

Загалом, аналіз фінансових показників Київстар за останні роки підтверджує високий рівень ефективності її управління. Позитивна динаміка в ключових сферах діяльності, відмінні результати в рентабельності та ліквідності, активна ділова активність та вражаючі якісні показники свідчать про те, що компанія успішно впроваджує стратегії, які сприяють не лише стабільному фінансовому положенню, але й її конкурентоспроможності на ринку телекомунікаційних послуг.

Київстар, один із провідних операторів у сфері телекомунікацій в Україні, активно демонструє позитивні тенденції в операційних показниках, вражаючи не

лише масштабом своєї абонентської бази, але й ефективністю стратегій для залучення нових клієнтів та розширення покриття мережі. Аналізуючи стан на кінець 2022 року, важко не визнати вражаюче зростання абонентської бази Київстар, яка налічує понад 26 мільйонів абонентів. Цей факт є не лише важливим показником конкурентоспроможності компанії, але й свідчить про величезний попит на її послуги серед користувачів.

Спостереження за динамікою зростання абонентської бази дозволяє зрозуміти, що Київстар відзначається не лише утриманням своїх сталих клієнтів, але й активними заходами для привертання нових. Це може бути результатом ефективної маркетингової стратегії, агресивних тарифних планів чи інноваційних сервісів, які привертають увагу нових користувачів. За такої динаміки компанія, ймовірно, успішно адаптується до змін у споживчих попитах та ринкових умов, що є важливим аспектом в сучасному телекомунікаційному секторі.

Однак, важливо врахувати не лише кількість абонентів, але й якість їх обслуговування та рівень задоволеності. Здатність компанії не тільки залучати нових користувачів, але і утримувати їх, свідчить про якість її послуг і рівень задоволеності клієнтів. Здавалося б, такий великий обсяг абонентів може створити труднощі у їхньому ефективному обслуговуванні, але якщо компанія вдало справляється із зростаючим обсягом клієнтів, це свідчить про високий рівень організаційної ефективності та технологічної підготовленості.

Основою успіху телекомунікаційних компаній також є розширення покриття мережі. У цьому аспекті Київстар демонструє постійні зусилля для підвищення доступності своїх послуг, що має безпосереднє вплив на залучення нових абонентів та утримання існуючих. Розширення мережі дозволяє компанії долати територіальні обмеження та надавати послуги в найвіддаленіших регіонах. Це не лише покращує репутацію компанії, але і підтримує її стратегію сталого зростання.

Зокрема, у телекомунікаційній сфері покриття мережі є вирішальним чинником успіху. Клієнти шукають надійність та швидкість в будь-якому місці, і компанії, які можуть забезпечити широкий охоплення, виграють у цьому

конкурентному боротьбі. Таким чином, активне розширення покриття мережі Київстар є ключовим компонентом його стратегії для забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Загалом, операційні показники Київстар вражають своєю динамікою та позитивними тенденціями. Зростання абонентської бази, постійне розширення мережі та ефективні стратегії для залучення та утримання клієнтів свідчать про високий рівень управління та адаптивність компанії до сучасних викликів та потреб ринку телекомунікаційних послуг.

Рівень задоволеності клієнтів та лояльність персоналу – два важливих компоненти успішного управління, які відображають не лише якість послуг компанії, а й її здатність створювати сприятливий та продуктивний робочий середовище. У випадку Київстар ці аспекти є не просто числовими показниками, але й визначниками високого ступеня організаційної культури та вдалого управління.

Згідно з проведеними дослідженнями, Київстар може пишатися одним із найвищих показників NPS (індекс готовності рекомендувати компанію) серед українських компаній – 44%. Це число говорить не лише про те, що клієнти задоволені, але і готові активно рекомендувати послуги компанії своїм друзям та родичам. Такий високий показник індексу готовності рекомендацій є важливим відображенням того, наскільки компанія вдало впоралася з завданнями задоволення потреб своїх клієнтів.

Сприятливий відгук та рекомендація від клієнта – це не лише підтвердження якості послуг, але й свідчення високого рівня взаємодії та взаєморозуміння між компанією і споживачем. При цьому важливо відзначити, що такий позитивний індекс NPS також може бути визначником успішної стратегії взаємодії з клієнтами, активного слухання їхніх потреб і вчасного реагування на зміни на ринку.

Успішність стратегій обслуговування та взаємодії з клієнтами може бути вбачена не лише в числових показниках, але і в тому, як компанія вирішує проблеми та вдосконалює свої послуги на основі отриманих відгуків. Якщо

клієнти відчують, що їхні думки мають значення для компанії, це створює позитивний образ і зміцнює взаємовідносини.

Зокрема, високий рівень NPS може також свідчити про те, що Київстар вдається не лише залучати нових клієнтів, але і утримувати старих, що є важливим фактором в умовах високої конкуренції на ринку телекомунікацій. Утримання клієнтів вимагає не лише високої якості послуг, але і вдалого взаємодії, врахування їхніх потреб та швидкого реагування на зміни в їхніх вимогах.

Позитивні показники NPS також можуть слугувати індикатором ефективності стратегій корпоративного управління та керівництва. Якщо компанія має високий рівень задоволеності клієнтів, це свідчить про вдале поєднання стратегій бізнесу та управління для досягнення спільних цілей.

Окрім клієнтів, ще одним ключовим аспектом ефективності управління є лояльність персоналу. У випадку Київстар, високий рівень утримання кваліфікованих співробітників – понад 80%, які залишаються у компанії понад 3 роки, свідчить про те, що працівники віддають перевагу вивченому середовищу та відчують стабільність у своєму професійному розвитку.

Високий рівень утримання персоналу також може бути індикатором ефективності стратегій управління персоналом та корпоративної культури. Коли співробітники відчують, що їхні навички та таланти визнаються, а компанія забезпечує можливості для кар'єрного росту, це стимулює їхню лояльність та відданість компанії.

Важливо відзначити, що лояльність персоналу не тільки відображається в статистиках, але і має прямий вплив на якість обслуговування та взаємодії з клієнтами. Задоволений та мотивований персонал стає невід'ємною частиною команди, готової працювати на спільний успіх компанії.

Узагалі, високий рівень задоволеності клієнтів та лояльності персоналу у випадку Київстар вказує на успішне поєднання стратегій управління та бізнесу. Він не лише свідчить про високий ступінь якості послуг, але й про важливий аспект ведення бізнесу – розуміння та задоволення потреб двох ключових груп

зацікавлених сторін: клієнтів та персоналу.

Отже, на підставі фінансових та операційних показників, а також даних про задоволеність клієнтів та персоналу, можна зробити висновок про високу ефективність управління в компанії Київстар. Варто відзначити, що такий комплексний підхід до аналізу дозволяє сформулювати більш об'єктивну оцінку внутрішнього функціонування компанії та її взаємодії з ринком.

Фінансові показники є одним із ключових факторів, які підкреслюють успішність стратегій управління в Київстар. Аналізуючи їхню динаміку, можна визначити високий рівень стабільності та рентабельності компанії. Зростання виручки щорічно та позитивні тенденції у показниках рентабельності свідчать про те, що менеджмент Київстар ефективно впроваджує стратегії, спрямовані на максимізацію прибутку та підтримку стабільного фінансового стану компанії.

Однак успіх Київстар не обмежується лише фінансовими показниками. Зростання абонентської бази та розширення покриття мережі свідчать про те, що компанія активно пристосовується до змін на ринку та впроваджує стратегії, спрямовані на задоволення потреб клієнтів. Позитивний індекс готовності рекомендувати компанію (NPS) на рівні 44% вказує на високий рівень задоволеності клієнтів та їхню готовність рекомендувати послуги Київстар своєму оточенню.

Аналізуючи дані про лояльність персоналу, виявляється, що понад 80% кваліфікованих співробітників залишаються у компанії понад 3 роки. Це є ключовим індикатором не лише стабільності робочого колективу, але й якості управління персоналом. Високий професіоналізм команди та її здатність ефективно співпрацювати може визначити не лише якість внутрішніх процесів, але і позитивний вплив на обслуговування клієнтів.

Задоволеність клієнтів та лояльність персоналу є ключовими компонентами успішної стратегії управління. У випадку Київстар вони не тільки взаємопов'язані, але й мають синергетичний ефект, взаємодіючи та посилюючи один одного. Задоволені клієнти є найкращим рекламним інструментом, а їхня готовність рекомендувати послуги Київстар свідчить про високий рівень взаєморозуміння та

довіри. Успішна реалізація стратегій управління персоналом додає стійкості та ефективності всій бізнес-моделі.

Такий комплексний підхід до оцінки управлінської ефективності дозволяє визначити Київстар як лідера на ринку телекомунікацій в Україні. Менеджмент компанії демонструє не лише високий рівень стратегічного мислення, але й здатність втілювати ці стратегії в життя, роблячи Київстар конкурентоспроможним та стійким у вимогливому телекомунікаційному секторі. Зазначена успішність є надійною основою для подальшого розвитку компанії, підтверджуючи її позиції як ключового гравця на ринку та свідчаючи про готовність до викликів та можливості для подальшого зростання.

Розвиток та посилення клієнтоорієнтованості є ключовими стратегічними аспектами в успішному функціонуванні сучасних компаній, особливо у сфері телекомунікацій. Динамічні зміни в потребах клієнтів, стрімкий технологічний прогрес та конкурентний тиск визначають необхідність постійного адаптування та інноваційного підходу до взаємодії з аудиторією. Компанії, які ефективно реалізують стратегії посилення клієнтоорієнтованості, отримують конкурентні переваги, забезпечуючи не тільки лояльність існуючих клієнтів, але і приваблюючи нових.

Ключовим елементом успішної клієнтоорієнтованої стратегії є постійне дослідження та аналіз потреб клієнтів. Зрозуміння їхніх очікувань, переваг, але й невідповідностей, відкриває можливості для найбільш ефективного задоволення потреб аудиторії. Дослідження може включати як кількісні, так і якісні методи, дозволяючи не лише отримати статистичні дані, але і глибше зрозуміти мотивації та внутрішні механізми прийняття рішень споживачів.

Незважаючи на високу ефективність поточного управління, у Київстар є потенціал для його вдосконалення відповідно до нових викликів та можливостей ринку. Основні напрями підвищення ефективності управління фінансовими результатами на ПрАТ "Київстар" наведені на рисунку 2.8.

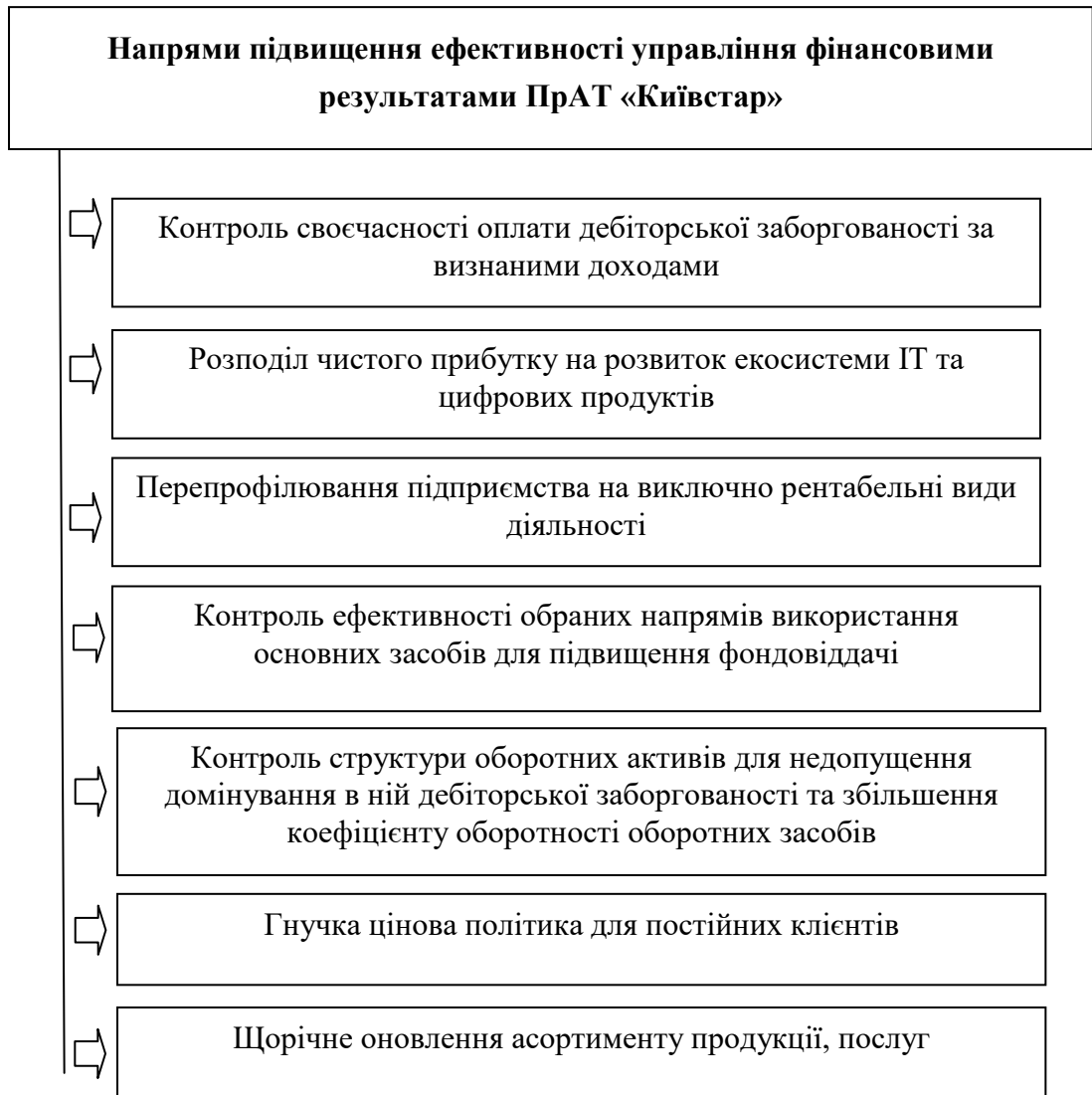


Рис. 2.8. Пропозиції щодо підвищення ефективності управління фінансовими результатами ПрАТ "Київстар"*

*Джерело: власна розробка

За результатами досліджень можна виявити ключові тенденції в споживчому поведінці та визначити стратегії відповіді на ці тенденції. Це може включати, наприклад, розробку нових цифрових сервісів, що відповідають сучасним технологічним вимогам та вподобанням клієнтів. Запуск інноваційних продуктів та сервісів може вирізняти компанію на ринку та приваблювати нових клієнтів.

Подальший розвиток цифрових сервісів може також включати персоналізацію обслуговування для VIP-клієнтів. Індивідуальний підхід до

великих та важливих клієнтів може включати унікальні тарифні плани, пріоритетні умови обслуговування, а також персональний консультативний підхід до розв'язання їхніх проблем та запитань. Це сприяє побудові тісних взаємовідносин з ключовими клієнтами та збільшенню їхньої лояльності.

Гнучкі тарифні плани – ще один ефективний інструмент у посиленні клієнтоорієнтованості. Вони можуть бути адаптовані під конкретні потреби різних груп клієнтів. Наприклад, можливість вибору обсягу даних, кількості хвилин та SMS у тарифі, а також можливість зміни цих параметрів в будь-який момент часу. Такий гнучкий підхід дозволяє клієнтам самостійно налаштовувати свій тариф з урахуванням їхніх поточних потреб.

Однак не менш важливим елементом є швидка реакція на зміни у суспільстві та ринкових умовах. Ринок телекомунікацій швидко розвивається, і компанії повинні бути готові адаптуватися до нових реалій. Це може включати не лише розробку нових продуктів, але і удосконалення існуючих, впровадження нових технологій, а також зміни в маркетинговій стратегії. Важливо мати механізми для оперативного впровадження інновацій та вдосконалення продуктів, щоб забезпечити актуальність та конкурентоспроможність пропозицій.

Додатковим елементом посилення клієнтоорієнтованості може бути впровадження програм лояльності. Такі програми дозволяють заохочувати клієнтів за активне використання послуг, надаючи різноманітні бонуси, знижки чи додаткові можливості. Це стимулює лояльність клієнтів і підтримує їхню зацікавленість у продуктах та послугах компанії.

Важливою частиною стратегії посилення клієнтоорієнтованості є взаємодія з клієнтами на платформах соціальних мереж та інших онлайн-каналах. Активна участь відділу з обслуговування клієнтів у відгуках та дискусіях, швидке реагування на запитання та скарги може значно підвищити задоволеність клієнтів та створити позитивний образ компанії.

Усі ці стратегії та інструменти об'єднуються в комплексний підхід, спрямований на підтримку високого рівня задоволеності та лояльності клієнтів. Цей підхід дозволяє не лише залучати нових клієнтів, але й утримувати існуючих,

створюючи довгострокові відносини та забезпечуючи стабільний потік доходів. Посилення клієнтоорієнтованості стає стратегічною перевагою, що сприяє утриманню лідерських позицій та розвитку компанії в умовах зростаючої конкуренції.

Цифрова трансформація операційних процесів є ключовим елементом стратегічного розвитку сучасних компаній, в тому числі в галузі телекомунікацій. Впровадження цифрових технологій та автоматизація рутинних операцій стають визначальними чинниками для підвищення ефективності бізнес-процесів, забезпечуючи швидке та точне виконання завдань, а також зниження операційних витрат.

Одним з важливих аспектів цифрової трансформації є автоматизація рутинних процесів. Це включає в себе використання програмного забезпечення та інших інноваційних технологій для виконання завдань, які раніше вимагали б великої кількості ручної праці. Наприклад, у сфері телекомунікацій це може означати автоматизовану обробку замовлень на підключення нових клієнтів, внутрішню логістику та інші аспекти, що можуть бути визначені та виконані за допомогою програм.

Штучний інтелект (ШІ) відіграє ключову роль у цифровій трансформації операційних процесів. Використання ШІ для аналізу великих обсягів даних може допомогти компанії отримати цінний інсайт та приймати обґрунтовані рішення. Наприклад, аналіз даних може використовуватися для прогнозування попиту на послуги, виявлення тенденцій в споживчому поведінці або для покращення ефективності власних процесів компанії [38].

Роботизація обслуговування — це ще одна перспективна область впровадження цифрових технологій в телекомунікаційні компанії. Спеціалізовані програмні роботи можуть бути використані для виконання рутинних завдань, таких як обробка запитань клієнтів, надання інформації про тарифи або навіть вирішення технічних проблем. Це може значно полегшити роботу персоналу та забезпечити швидке та ефективне обслуговування клієнтів.

Одним із очікуваних результатів цифрової трансформації є прискорення

обслуговування клієнтів. Завдяки автоматизації та оптимізації процесів, компанії можуть надавати послуги клієнтам набагато швидше та ефективніше. Наприклад, автоматизована система обробки заявок може значно збільшити швидкість підключення нових клієнтів, що позитивно позначиться на їхньому сприйнятті компанії та стане додатковим аргументом для залучення нових клієнтів.

Однак важливо враховувати, що цифрова трансформація операційних процесів також може вносити певні виклики. Наприклад, перехід до нових технологій може вимагати інвестицій у навчання персоналу та створення інфраструктури. Крім того, важливо бути готовим до внутрішньої резистентності, оскільки працівники можуть відчувати стрес або непевність щодо нових технологій та змін у робочому процесі.

У заключенні, цифрова трансформація операційних процесів у сфері телекомунікацій є невід'ємною частиною стратегії розвитку, спрямованої на підвищення ефективності, зниження операційних витрат та поліпшення обслуговування клієнтів. Автоматизація, використання штучного інтелекту та роботизація — це інструменти, які допомагають піднятися на новий рівень конкурентоспроможності, створюючи технологічно високоякісні та ефективні бізнес-процеси. Розуміння важливості та вчасне впровадження цих технологій може стати визначальним фактором для успіху та стійкості телекомунікаційної компанії в умовах постійної зміни технологічного ландшафту та ринкових умов.

Оптимізація мережі та розширення покриття є важливими аспектами стратегії розвитку телекомунікаційних компаній, спрямованими на забезпечення високоякісного зв'язку та задоволення ростучих потреб клієнтів. В умовах стрімкого технологічного розвитку та зростаючої залежності від мобільних сервісів, ефективне управління мережею та розширення покриття 4G та підготовка до впровадження 5G стають стратегічно важливими завданнями для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних споживачів.

Розширення покриття мережі 4G є однією з ключових ініціатив для забезпечення високої якості мобільного зв'язку. Покриття 4G стало необхідним

для забезпечення надійного та швидкого доступу до Інтернету, передачі даних та інших мобільних сервісів. Активне розширення мережі 4G дозволяє зменшити "білих плям" на карті покриття, забезпечуючи стабільний сигнал у великих містах, на сільській місцевості та в околицях. Це особливо важливо для забезпечення зв'язку в регіонах, де раніше було обмежене або відсутнє покриття.

Готування до впровадження технології 5G є стратегічною перспективою, оскільки ця нова генерація мобільного зв'язку обіцяє революційні зміни у способах взаємодії з технологіями. 5G принесе істотне покращення в швидкості передачі даних, збільшить пропускну здатність мережі та дозволить впровадження новаторських сервісів, таких як розширена реальність (AR), Інтернет речей (IoT) та інші. Підготовка до 5G включає в себе не лише розробку та впровадження нових технічних стандартів, але і модернізацію існуючої інфраструктури, щоб забезпечити сумісність та підтримку цієї нової технології.

Розвиток мережі в регіонах відіграє критичну роль у забезпеченні широкого доступу до мобільного зв'язку та Інтернету. Сільська місцевість та віддалені райони часто стикаються з викликами в забезпеченні стабільного мобільного зв'язку через технічні та інфраструктурні обмеження. Розвиток мережі в цих областях може вирішити ці проблеми та сприяти зменшенню цифрового розриву між міськими та сільськими районами. Важливою частиною стратегії розвитку мережі в регіонах є не лише збільшення покриття, але і підвищення якості зв'язку, щоб забезпечити надійність і швидкість передачі даних.

Зазначені заходи спрямовані не лише на покращення послуг для існуючих клієнтів, але і на привертання нових абонентів. Якісне покриття та стабільний зв'язок є ключовими факторами, на які споживачі звертають увагу при виборі мобільного оператора. Тому, розвиваючи мережу в регіонах та готуючись до впровадження 5G, компанії активно виявляють свою відданість покращенню якості обслуговування та відповідь на зростаючий попит на швидкі та надійні мобільні послуги.

Усе це вказує на важливість інвестицій у технічне оновлення та розвиток мережевої інфраструктури для забезпечення динамічного та

конкурентоспроможного розвитку телекомунікаційного бізнесу. Відповідальний та стратегічно направлений підхід до оптимізації мережі та розширення покриття відіграє важливу роль у формуванні успішної та стабільної майбутньої стратегії компанії в умовах постійного технологічного розвитку та зміни вимог ринку.

Розвиток екосистеми ІТ та цифрових продуктів для бізнесу є стратегічною ініціативою, яка може визначити новий етап еволюції телекомунікаційної компанії, такої як Київстар. У контексті сучасного бізнес-середовища, де цифрові технології стають необхідністю для ефективності та конкурентоспроможності, перехід від простого надання послуг зв'язку до надання комплексних ІТ-рішень для підприємств може стати ключовим стратегічним кроком.

Київстар, виступаючи не лише як оператор зв'язку, але і як провайдер хмарних та ІТ-рішень для бізнесу, входить у новий етап свого розвитку. Запропонувати комплексні технологічні рішення для корпоративних клієнтів стає не тільки стратегічно важливою, але й відповідальною місією, яка може перетворити компанію в каталізатор інновацій та драйвер цифрової трансформації для своїх клієнтів.

Однією з ключових складових такої екосистеми є хмарні сервіси. Надання хмарних рішень для бізнесу відкриває безліч можливостей для оптимізації бізнес-процесів, забезпечення безпеки даних та зниження витрат на ІТ-інфраструктуру. Від ефективного сховища даних до інфраструктури як коду, хмарні послуги можуть надати підприємствам необхідну гнучкість та масштабованість для адаптації до швидко змінюваних умов ринку.

Крім того, ІТ-рішення для бізнесу включають в себе розробку та підтримку програмного забезпечення, яке відповідає конкретним потребам клієнтів. Це може бути спеціалізоване програмне забезпечення для автоматизації бізнес-процесів, системи управління відносинами з клієнтами (CRM), аналітичні платформи та інші інструменти, спрямовані на покращення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Створення спільних проектів зі стартапами є ще однією важливою частиною стратегії розвитку екосистеми ІТ. Співпраця з інноваційними

стартапами дозволяє Київстару активно впроваджувати передові технології та відкривати нові горизонти для бізнесу. Такі партнерства можуть включати спільний розвиток продуктів, тестування нових ідей та експерименти з передовими технологіями.

Поєднання хмарних рішень, IT-послуг та співпраці зі стартапами дозволяє Київстару розширювати свій портфель послуг та стати повноцінним партнером для підприємств у сфері цифрової трансформації. Важливою перевагою цього підходу є можливість надавати інтегровані рішення, які враховують всі аспекти IT-інфраструктури та бізнес-процесів клієнта.

Створення екосистеми IT та цифрових продуктів для бізнесу дозволяє Київстару не лише дивитися на майбутнє як на можливість, але і активно формувати цей майбутній ландшафт. Забезпечуючи клієнтів комплексними технологічними рішеннями, компанія встановлює стандарт якісного обслуговування та сприяє розвитку цифрового суспільства.

Підвищення ефективності управління персоналом є необхідним елементом стратегії успішної компанії, особливо в умовах швидкої зміни технологій та вимог ринку. Київстар, як провідний гравець у сфері телекомунікацій, розуміє, що його успіх напряму залежить від ефективності та кваліфікації свого персоналу. У цьому контексті, компанія визначає кілька стратегічних напрямків для підвищення ефективності управління персоналом.

Розвиток лідерських навичок менеджерів стає ключовим елементом управлінської стратегії Київстар. Менеджери, обладнані високим рівнем лідерських компетенцій, є в змозі ефективно керувати своїми командами, створювати стимулююче та продуктивне робоче середовище. Компетентні лідери вміють бачити стратегічні цілі компанії, мотивувати персонал до досягнення цих цілей та розвивати таланти усередині організації.

Програми утримання талантів є важливою складовою стратегії управління персоналом для Київстар. Забезпечення збалансованого та стимулюючого середовища дозволяє утримувати в компанії найкращих фахівців. Спеціально розроблені програми визнання та розвитку, можливості для професійного росту та

кар'єрного розвитку стають факторами, що сприяють утриманню талантів і підтримці високого рівня мотивації серед персоналу.

Навчання персоналу цифровим навичкам є стратегічно важливою ініціативою в контексті сучасних викликів та можливостей, що визначаються швидким темпом цифрової трансформації. Розуміння та володіння цифровими технологіями стає обов'язковим для успішної роботи в бізнес-середовищі. Навчання персоналу не лише підвищує їхню компетентність, але й створює додатковий резерв здатності компанії адаптуватися до швидко змінюваних умов.

Формування крос-функціональних команд є ще однією важливою стратегією управління персоналом. Сучасна реальність вимагає гнучкості та спроможності реагувати на зміни у вимогах ринку. Крос-функціональні команди, що об'єднують фахівців різних спеціалізацій та доповнюють їхні знання, стають ефективним інструментом управління для вирішення складних завдань та стимулювання інновацій.

Усі ці напрямки управління персоналом взаємодіють та утворюють інтегровану стратегію для забезпечення високої ефективності роботи та досягнення стратегічних цілей компанії. Розробка лідерів, утримання талантів, цифрова компетентність та формування командного підходу – це не просто окремі завдання, а складові успішної системи управління персоналом, спрямованої на досягнення високої ефективності та стабільності в умовах постійної зміни.

Постійний моніторинг ландшафту та дій конкурентів є важливим стратегічним елементом для успішної компанії, особливо в умовах швидко змінюючого технологічного середовища та динамічного ринку. Київстар, як провідний український оператор зв'язку, усвідомлює важливість цього підходу та впроваджує систематичний моніторинг та аналіз для ефективного реагування на нові виклики і можливості.

Здатність швидко реагувати на запровадження нових технологій конкурентами є критичною для підтримання конкурентоспроможності. В умовах постійного розвитку інновацій та швидких змін, компанії, які зберігають високу

гнучкість та адаптивність, мають значний перевагу. Київстар активно використовує свою гнучкість для впровадження нових технологій та стратегій, що дозволяє зберігати лідерські позиції на ринку та задовольняти потреби клієнтів.

Висока гнучкість компанії проявляється у здатності пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі та швидко впроваджувати необхідні зміни у власній стратегії та процесах. Компанія веде систематичний аналіз ринку, оцінює дії конкурентів, технологічні тенденції та зміни в споживчих уподобаннях. Такий підхід дозволяє Київстару вчасно розпізнавати нові можливості та виклики, що дозволяє підтримувати високу ефективність та конкурентоспроможність.

Адаптивність компанії також виявляється в її здатності адекватно реагувати на ринкові зміни. Постійний моніторинг ринкових тенденцій дозволяє Київстару аналізувати зміни в споживчому попиті, конкурентній активності та інших факторах, які можуть вплинути на їхню діяльність. Ця здатність адаптуватися до нових умов дозволяє компанії не тільки виживати в умовах конкуренції, але й прогресувати, визначаючи нові стратегії розвитку та вдосконалюючи свої продукти та послуги.

Ключовим аспектом успішної стратегії моніторингу конкурентів є не тільки збір інформації, але й швидке та ефективне впровадження відповідних заходів. Київстар, завдяки своєму підходу до аналізу конкурентного ландшафту, визначає конкретні заходи та стратегії для відповіді на нові технологічні тренди або дії конкурентів. Це може включати в себе розробку та впровадження нових продуктів, модифікацію маркетингових стратегій, або навіть стратегічні партнерства та злиття.

Усе це підтримує високий рівень конкурентоспроможності Київстару, дозволяє витримувати випробування часу та залишатися лідером в галузі телекомунікацій. Компанія, враховуючи постійні зміни у сфері технологій та прагнучи завжди залишатися на передовому ринку, демонструє свою здатність адаптуватися до нових реалій та визначати тенденції у своєму сегменті.

Розвиток інновацій та створення "розумних" продуктів є ключовою стратегією сучасних компаній, особливо в галузі телекомунікацій, де технологічні

зрушення можуть істотно змінити якість та спосіб надання послуг. Київстар, будучи визнаним лідером в українській телекомунікаційній галузі, активно впроваджує інноваційні підходи та створює "розумні" продукти, використовуючи власні дані та компетенції.

У своєму стремлінні створити інноваційні рішення, Київстар фокусується на проектах у сфері Smart City. Смарт-технології можуть значно покращити якість життя мешканців міст та зробити їхнє повсякдення більш комфортним. Використовуючи великі обсяги даних, які компанія накопичила в процесі своєї діяльності, Київстар може розробляти імплементації інтелектуальних систем управління транспортом, освітленням, водопостачанням тощо. Наприклад, впровадження систем моніторингу та оптимізації транспортного руху може різко зменшити транспортні затори та полегшити переміщення мешканців.

Крім того, Київстар розглядає можливості впровадження інтернету речей (IoT). За допомогою IoT-рішень, компанія може забезпечити підключення різних пристроїв та об'єктів, що відкриває широкі можливості для створення інтелектуальних сервісів та продуктів. Наприклад, "розумні" домофони, системи віддаленого керування енергоспоживанням, або відслідковування та управління станом побутових пристроїв - це лише кілька напрямків, які можна реалізувати за допомогою IoT.

Велика увага приділяється використанню великих обсягів даних (big data) та аналітики для створення інноваційних продуктів. Київстар має значну кількість даних про користувачів, їхню активність та взаємодію з послугами. Це дозволяє не лише аналізувати вже наявні тенденції, а й передбачати майбутні потреби клієнтів. За допомогою аналітики, Київстар може розробляти персоналізовані послуги та продукти, які точно відповідають унікальним потребам своїх клієнтів.

Штучний інтелект (ШІ) також входить в стратегію інновацій для Київстар. Використання ШІ дозволяє автоматизувати процеси обробки та аналізу даних, робити прогнози та рекомендації. Наприклад, впровадження чат-ботів або систем автоматизованої підтримки клієнтів на базі ШІ покращує якість обслуговування та сприяє збільшенню ефективності [38].

Розвиток "розумних" продуктів на базі даних та аналітики для Київстар - це не лише засіб досягнення конкурентної переваги, але й спосіб відповідати на сучасні виклики і потреби суспільства. Ця стратегія дозволяє компанії не лише забезпечувати клієнтів новими та інноваційними продуктами, але і впливати на розвиток інфраструктури та технологічного ландшафту в цілому.

Зміцнення корпоративної культури та публічних відносин (PR) в сучасному бізнес-середовищі стає важливим елементом стратегії підприємства. У випадку Київстар це не просто питання зовнішнього вигляду, але і стратегічний крок у напрямку визначення себе як технологічного лідера та соціально-відповідальної компанії. Ця стратегія не лише зміцнює статус Київстару в очах споживачів, але й визначає його роль у формуванні та втіленні ключових цінностей в сучасному суспільстві [3].

Однією з ключових складових зміцнення корпоративної культури Київстару є позитивне ставлення до інновацій та технологій у всіх рівнях компанії. Сприяючи активному впровадженню нових технологій, Київстар створює атмосферу, де співробітники перебувають у стимулюючому середовищі для особистого та професійного розвитку. Внутрішня культура компанії сприяє відкритому обміну ідеями, та спільним зусиллям у напрямку технологічного росту.

Зокрема, заохочення креативності та інновацій відіграє ключову роль у формуванні корпоративної культури. Київстар розвиває у своїй команді культуру відкритості до новаторських ідей, що стимулює творчий підхід до вирішення завдань та вдосконалення послуг. Такий підхід допомагає залучати талановитих та мотивованих співробітників, які діляться візією компанії щодо розвитку та впровадження нових технологій.

Паралельно з цим, зміцнення корпоративної культури також включає в себе активний розвиток системи корпоративного навчання та підтримки принципів сталий розвиток. Широкий спектр навчальних програм та тренінгів допомагає співробітникам Київстар розвивати свої навички та компетенції, щоб вони могли ефективно впроваджувати нові ідеї та технології в роботу.

Позитивна іміджева політика та PR-стратегія грають важливу роль у визначенні зовнішнього обличчя компанії перед широкою громадськістю. У своїх комунікаціях Київстар акцентує на своєму лідерстві в сфері технологій, демонструючи світові стандарти та передові практики. Це створює враження про компанію як про інноваційного та передового гравця, готового впроваджувати новаторські рішення та визначати технологічні тренди.

Важливою складовою позитивної іміджевої політики є також підкреслення соціально-відповідального підходу Київстару. Компанія активно бере участь у різноманітних благодійних та соціальних ініціативах, спрямованих на розвиток та підтримку українського суспільства. Це включає у себе підтримку освітніх проєктів, екологічні ініціативи, та допомогу в справах соціальної відповідальності.

Зміцнення корпоративної культури та PR для Київстару є стратегічним інструментом, який дозволяє не тільки збільшити внутрішню ефективність, а й займати лідерські позиції в уявленні споживачів та партнерів. Ця стратегія сприяє створенню сучасного та динамічного образу компанії, яка не лише реагує на технологічні виклики, але й активно їх визначає та впроваджує, будуючи майбутнє телекомунікаційного галузі в Україні.

Висновки до розділу 2

Аналітична оцінка стану та напрями удосконалення управління фінансовими результатами діяльності ПрАТ «Київстар» дозволяє сформулювати наступні висновки:

1. В 2023 році порівняно з 2022 р. чистий дохід ПрАТ «Київстар» збільшився на 2264075 тис. грн. або на 7,33 %. Інші операційні доходи зменшилися на 22766 тис. грн або 9,02 %. А інші фінансові доходи зросли на 432635 тис. грн. або в 3,78 рази. Інші доходи зменшилися на 41747 тис. грн. або на 17,63 %.

У 2023 році питома вага витрат операційної діяльності у загальних витратах склала 90,85 %, фінансової – 9,14 %, а інвестиційної – 0,01 %.

2. Аналіз фінансових результатів від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 році показав, що додатне прибуткове значення мають фінансові результати від операційної та інвестиційної діяльності, водночас фінансова діяльність ПрАТ "Київстар" є збитковою. Операційна діяльність має домінуючі позиції, що свідчить про правильний вибір основного виду КВЕД.

3. За даними фінансової звітності ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр. підприємство має додатні фінансові результати за всіма показниками з тенденцією протягом 2021-2023 рр. до зростання: валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування (прибуток), чистий фінансовий результат (прибуток).

За 2021-2023 рр. найвищі показники рентабельності продукції і продажу припадають на 2021 рік і мають тенденцію до поступового зниження у 2022 і 2023 роках. Однак в цілому мають досить високе значення у 2023 р. рентабельність продукції 136 %, а продажу – 57,63 %.

4. Стратегічні напрямки в сфері технологій та корпоративного розвитку спрямовані на підвищення якості обслуговування клієнтів, оптимізацію операційних процесів та збільшення прибутковості бізнесу, дозволяючи компанії ефективно адаптуватися до змін в ринкових умовах та конкурентному середовищі.

Інноваційні рішення та гнучкість у впровадженні технологічних нововведень є ключовими факторами, які допоможуть Київстару в підвищенні якості обслуговування клієнтів. Запровадження цифрових сервісів, персоналізоване обслуговування та гнучкі тарифні плани дозволять компанії стати більш адаптованою до індивідуальних потреб клієнтів. Це, в свою чергу, сприятиме покращенню задоволеності клієнтів та збільшенню їхньої лояльності.

Оптимізація операційних процесів та впровадження цифрової трансформації дозволять Київстару піднятися на новий рівень операційної ефективності. Автоматизація рутинних процесів, використання штучного інтелекту та роботизація деяких областей обслуговування спростять роботу

компанії, зменшать операційні витрати та забезпечать швидше та ефективніше обслуговування клієнтів.

Посилення клієнтоорієнтованості через впровадження нових цифрових сервісів та персоналізацію обслуговування стане додатковим кроком у забезпеченні високої якості обслуговування. Швидке реагування на зміни у потребах клієнтів, розробка інноваційних продуктів та послуг, а також врахування індивідуальних побажань споживачів створять позитивний імідж компанії та підвищать рівень задоволеності клієнтів.

Ці стратегічні напрямки дозволять Київстару збільшити свою прибутковість та конкурентоспроможність в умовах зростаючої конкуренції та нестабільності ринкових умов. Активна участь у розвитку екосистеми ІТ та цифрових продуктів, впровадження "розумних" продуктів та оптимізація мережі сприятимуть створенню цілісного підходу до бізнесу та забезпечать стійкий розвиток компанії.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було досягнуто поставленої мети та вирішено основні завдання щодо удосконалення методики аналізу фінансових результатів ПрАТ "Київстар", що дозволило сформулювати наступні висновки:

1. Для цілей аналізу розроблена класифікація фінансових результатів за 5 ознаками: 1) співвідношення доходів і витрат; 2) показники Звіту про фінансові результати; 3) джерела інформації, що використовуються при розрахунку; 4) види діяльності; 5) звітний період формування показників. Застосування розробленої класифікації фінансових результатів дозволить дотримуватися вимоги чинного законодавства до переліку показників, що характеризують фінансові результати; розмежовувати фінансових результатів між звітними періодами для цілей оподаткування та визначати рентабельність операційної, інвестиційної, фінансової діяльності.

2. При виборі джерел формування активів слід проаналізувати наявність вільних грошових коштів в Балансі підприємства. В разі відсутності достатньої суми коштів на придбання необоротних активів, слід придбати їх в кредит. При цьому слід враховувати, що повертати до банку слід окрім основної суми кредиту, ще й відсотки. Підприємства зі значними ресурсами, великою базою постійних покупців, маючи зростаючий попит на продукцію, намагаються працювати на засадах самоокупності, не використовуючи кредитні кошти. Операції з використання кредитних коштів впливатимуть на фінансові результати в частині нарахування відсотків, що будуть відображені як фінансові витрати.

3. Управління витратами також може включати розробку стратегії закупівлі та укладання вигідних угод з постачальниками. Наприклад, придбання матеріалів великими обсягами за оптовими цінами може суттєво знизити витрати на процес придбання, що в подальшому дозволить знизити собівартість готової продукції, сформувати низьку ціну, що в подальшому призведе до зростання обсягів продажу і зростання позитивного фінансового результату (прибутку).

4. ПрАТ «Київстар» є провідним оператором телекомунікаційних послуг, що має високі стандарти в наданні послуг і відданості своїм клієнтам. Основна

місія компанії полягає в тому, щоб вдосконалювати якість життя людей через надання високоякісних телекомунікаційних послуг. У своїй діяльності компанія керується ключовими цінностями, такими як простота, інноваційність та покращення. Основним напрямком діяльності ПрАТ «Київстар» є сфера телекомунікаційних послуг. Компанія спеціалізується на наданні безпроводних послуг зв'язку, що включає в себе широкий спектр послуг для мобільного зв'язку. Також, важливою галуззю діяльності є послуги кабельного зв'язку, що забезпечують надійний і швидкий доступ до Інтернету та інших телекомунікаційних послуг.

5. Запропоновано етапи управління фінансовими результатами діяльності підприємства: 1) Оцінка доходів і витрат від операційної діяльності; 2) Оцінка доходів і витрат від фінансової діяльності; 3) Оцінка доходів і витрат від інвестиційної діяльності; 4) Оцінка повноти грошового забезпечення виконання операцій в розрізі видів діяльності; 5) Визначення доходів, не забезпечених грошовими коштами; 6) Пошук джерел поповнення грошових коштів для виконання планових зобов'язань у звітному періоді.

6. Аналіз фінансових результатів від різних видів діяльності ПрАТ "Київстар" у 2023 році показав, що додатне прибуткове значення мають фінансові результати від операційної та інвестиційної діяльності, водночас фінансова діяльність ПрАТ "Київстар" є збитковою. Операційна діяльність має домінуючі позиції, що свідчить про правильний вибір основного виду КВЕД.

7. За даними фінансової звітності ПрАТ «Київстар» за 2021-2023 рр. підприємство має додатні фінансові результати за всіма показниками з тенденцією протягом 2021-2023 рр. до зростання: валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування (прибуток), чистий фінансовий результат (прибуток).

За 2021-2023 рр. найвищі показники рентабельності продукції і продажу припадають на 2021 рік і мають тенденцію до поступового зниження у 2022 і 2023 роках. Однак в цілому мають досить високе значення у 2023 р. рентабельність продукції 136 %, а продажу – 57,63 %.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлова О. О. Вдосконалення системи бюджетування на підприємстві. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 7. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.7.54>
2. Безус А. М. Менеджмент : навч. посіб. Київ : АМУ, 2015. 268 с.
3. Березенко В. В. Інновації в PR-комунікації. Держава та регіони. Соціальні комунікації. 2012. № 1. С. 141–145.
4. Білоус С. П., Власенко А. Ю. Управління ризиками на підприємстві. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 8 (08). С. 17–21. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.8-4>
5. Бреус С. В., Кириленко І. В. Управління персоналом підприємства : thesis. 2018. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/10841>
6. Вакульчик О.М., Протасова Є.В., Нечаєва А.А. Фінансовий результат підприємства: економічна сутність, особливості визначення та аналізу. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 1. С. 162-168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_1_35
7. Васильєва Т. А. Фінансовий контролінг як інструмент управління економічними процесами на підприємстві. *Вісник Української академії банківської справи*. 2014. № 1 (36). С. 84–90.
8. Вербицька А. В. Фінансовий контролінг на підприємстві: master's thesis. 2019. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/75952>
9. Визначення потреби в персоналі URL: https://tourlib.net/books_ukr/roglev10-12.htm
10. Визначення потреби підприємства в персоналі. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/11570718/menedzhment/viznachennya_potrebi_pidpriyemstva_p_ersonali
11. Грудцина Ю. В. Мотиваційний моніторинг в системі управління персоналом. Частина 2. 2023. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-303-6-2>
12. Заїка Ю. Інноваційний менеджмент підприємств в антикризових умовах. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2023. Т. 1, № 5. С. 62–67. URL: <https://doi.org/10.46299/j.ismef.20230105.08>

13. Іванькова О. В. Економічна сутність поняття "витрати" : thesis. 2017. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/8792>
14. Касьянова Н. В., Попик Н. В., Скорнякова І. В. Інтелектуальний капітал і цифрова економіка в системі сталого розвитку. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development. 2022. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-22>
15. Каут О., Пирогов Д. Організація процесу інвестиційної діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2022. № 33. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-33-89>
16. Кирилко Н. М., Бурківська В. А. Поведінка споживачів на ринку послуг : thesis. 2017. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9380>
17. Косенко А. В., Перерва П. Г. Удосконалення планування персоналу на промислових підприємствах : thesis. 2018. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/39518>
18. Криворучко Л. Б., Фінансовий контролінг - складова частина контролінгу на підприємстві : thesis. 2011. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/13980>
19. Лавриненко С. Організація системи планування на підприємстві. les tendances actuelles de la mondialisation de la science mondiale. 2021. URL: <https://doi.org/10.36074/03.04.2021.v1.09>
20. Литвиненко Т. М. Клієнтський капітал як основа визначення ефективності маркетингу. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2019. Вип. 2 (33). С. 99–107.
21. Маркетинг: термінологічний словник / А.О. Старостіна, Н.Ю. Кочкіна, В.В. Журило та ін.; за заг. ред. проф. А.О. Старостіної. К.: Інтерсервіс, 2017. 154 с.
22. Матвієнко О. Цифровізація : освітній контекст. Вісник Книжкової палати. 2021. № 11 (292), листоп. С. 28–35.
23. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства

фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

24. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 року № 290. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

25. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 року № 318. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

26. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 7 липня 1999 року № 163. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>.

27. Небога Т. В., Лабунська О. Б. Діджиталізація суб'єктів бізнесу національної економіки. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. № 5 (05). С. 9–19. URL: <https://doi.org/10.32782/dees.5-2>

28. Обруч Г. В., Бережний І. О., Гавадзюк Є. Б. Особливості управління досвідом клієнтів підприємств в умовах цифровізації. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2022. № 75. С. 119–129. URL: <https://doi.org/10.18664/btie.75.281375>

29. Офіційний портал Верховної Ради України. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://www.rada.gov.ua/>

30. Панасюк В. М., Мельничук І. В., Мужевич Н. В. Бухгалтерський облік : навч. посібник. Тернопіль, 2020. 328 с.

31. Пащук Л. В. Визначення потреби підприємства в персоналі на основі плану маркетингу. Економіка та держава. 2011. № 8. С. 37–39.

32. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 року №291. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>

33. Планування персоналу - LivingFo. LivingFo. URL: <https://livingfo.com/planuvannia-personalu/>

34. Планування, добір і наймання персоналу - Головний кадровий журнал України. URL: <https://www.kadrovik.ua/novyny/planuvannya-dobir-i-naymannya-personalu>
35. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
36. Про затвердження спеціалізованих форм первинних документів з обліку основних засобів і інших необоротних активів підприємств та Методичних рекомендацій щодо їх застосування Наказ Міністерства аграрної політики України від 27.09.2007 № 701. URL: http://www.uazakon.com/documents/date_b4/pg_gvnwsz.htm.
37. Про порядок здійснення аналізу стану підприємств: Наказ Міністерства України від 26 січня 2001 року №49/121. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01#Text>
38. Проскурніна Н. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія. Економічні науки. 2021. № 4 (111). С. 129–140.
39. Рентабельність операційної та всієї діяльності великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності за січень-вересень 2023 року. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/fin_new/arh_ro_ved_23u.htm.
40. Рзаєва Т.Г., Сереветник О.В. Фінансові результати та напрями їх аналізу за показниками фінансової звітності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 3. С. 121-124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2020_3_24.
41. Рудченко О. Методичні підходи до визначення фінансових результатів. *Економіка України*. 2015. №2. С.52-58.
42. Сакун А. В., Кадлубович Т. І., Черняк Д. С. Стартап – тренд сучасної економіки та освіти : thesis. 2021. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/16916>
43. Скирпан, О. П., Палюх М.С. Фінансовий облік: навч. посіб. К.: THEУ, 2018. 407 с.

44. Склярук І.П. Облік і аналіз формування та використання прибутку підприємств. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю та аналізу*. 2019. № 3. С. 335 -341
45. Собцева Г. М., Євсейцева О. С. Маркетингова стратегічна сегментація : thesis. 2019. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/2553>
46. Сопко В. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2005. 578 с.
47. Степаненко О.І. Інтерпретація обліково-економічної категорії "фінансові результати", їх класифікація. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. Вип. 41. С. 112-117. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2022_41_23.
48. Столяр Л. Г. Особливості методики аналізу фінансових результатів діяльності підприємств. *Економіка. Управління. Інновації*. 2016. № 2. С. 22 – 30.
49. Тарасова В. М. Ринковий попит та поведінка споживачів : thesis. 2018. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/10054>
50. Управління персоналом - Балабанова Л. В. -7.3. Визначення потреби підприємства в персоналі. Бібліотека українських підручників. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/47699-73-viznachennya-potrebi-pdprimstva-v-personal.html>
51. Усач Б. Ф. Аудит: навч. посібн. К.: Знання-Прес, 2017. –223 с.
52. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств . *Інноваційна економіка*. 2013. № 10. С. 257-33..
53. Федорченко О. Є. Удосконалення системи бюджетування на підприємстві. *Економіка та держава*. 2015. № 11. С. 37–39.
54. Хорунжак Н.М., Рогожкіна В.В. Управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності підприємств машинобудування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 19. С.554-560.

55. Хохич Д. Г. Інфляція та її регулювання в Україні: політекономічний аспект. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. 2021. Вип. 3 (122). С. 32–38.
56. Хрустальова С. В., Бондаренко Ю. В. Цифрова економіка в бізнесі : thesis. 2019. URL: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/10032>
57. Цифрова економіка / chair Д. Г. Лук'яненко. КНЕУ, 2018. URL: <https://doi.org/10.31812/123456789/2870>
58. Цифрові платформи як мейнстрим сучасної інноваційної економіки / О. І. Маслак та ін. XXX Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених "Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства". 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2222-5099.2023.7.6>
59. Цифровізація економіки : thesis / О. В. Зайцев та ін. 2018. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70488>
60. Чижевська Л.В. Бухгалтерський облік як професійна діяльність: теорія, організація, прогноз розвитку: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2017. 528с.
61. Чукурна Е. Маркетингові стратегії на глобальному ринку. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2019. Вип. 1 (30). С. 326–338.
62. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2018. 535 с.
63. Шебанін В.С. Системне оновлення і розвиток матеріально-ресурсного потенціалу підприємства (організаційно-економічні аспекти). К. : ІАЕ, 2015. – 276 с.
64. Шквір В.Д., А.Г. Загородній, О.С. Височан. Інформаційні системи і технології в обліку та аудиті: підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 400 с.
65. Яремчук Н. Ф. Інформаційне забезпечення обліку та контролю нерухомості. *Економіка АПК*. 2013. № 8. С. 84-89.

ДОДАТКИ

Фінансова звітність ПрАТ «Київстар» за 2021 рік

Дата звіту	24.02.2022		
Період	2021 рік, 12 міс		
Бухгалтер	Ксенія Олена Михайлівна		
КАТОТТГ	UA80000000001078669		
Кількість працівників	3 804		
Баланс (Звіт про фінансовий стан)			
Актив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	8 257 413.00	8 335 803.00
первісна вартість	1001	14 349 297.00	15 410 962.00
накопичена амортизація	1002	6 091 884.00	7 075 159.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	929 662.00	1 268 464.00
Основні засоби	1010	13 823 556.00	14 875 801.00
первісна вартість	1011	30 956 871.00	32 573 836.00
знос	1012	17 133 315.00	17 698 035.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	171 269.00	110 102.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	358 996.00	139 587.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	1 251 405.00	1 568 479.00
Усього за розділом I	1095	24 792 301.00	26 298 236.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	51 347.00	37 506.00
Виробничі запаси	1101	46 045.00	37 476.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	5 302.00	30.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	664 512.00	872 641.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	87 950.00	150 458.00
з бюджетом	1135	72 173.00	73 795.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	1 537.00	5 327.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 219 310.00	1 707 773.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	0.00	
Витрати майбутніх періодів	1170	123 885.00	195 217.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	0.00	2 271.00
Усього за розділом II	1195	2 220 714.00	3 044 988.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	353.00	450 951.00
Баланс	1300	27 013 368.00	29 794 175.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	654 763.00	654 763.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	258 294.00	258 294.00
Емісійний дохід	1411	102 338.00	102 338.00
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	132 826.00	132 933.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	10 383 967.00	11 583 964.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	11 429 850.00	12 629 954.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	26 994.00	24 277.00
Довгострокові кредити банків	1510	3 870 638.00	6 934 336.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	2 934 101.00	3 399 964.00
Довгострокові забезпечення	1520	180 173.00	315 052.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	7 011 906.00	10 673 629.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	140 416.00	59 781.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	1 441 544.00	1 946 299.00
розрахунками з бюджетом	1620	1 032 911.00	1 124 100.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	653 515.00	660 084.00
розрахунками зі страхування	1625	0.00	
розрахунками з оплати праці	1630	9 508.00	12 370.00
за одержаними авансами	1635	744 678.00	851 597.00
за розрахунками з учасниками	1640	3 096 916.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	96 396.00	183 376.00
Доходи майбутніх періодів	1665	727 845.00	788 435.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші поточні зобов'язання	1690	1 281 398.00	1 524 634.00
Усього за розділом III	1695	8 571 612.00	6 490 592.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	27 013 368.00	29 794 175.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28 559 150.00	25 001 245.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестрахування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	9 508 087.00	8 468 288.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	19 051 063.00	16 532 957.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	217 437.00	200 536.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	1 865 353.00	1 676 040.00
Витрати на збут	2150	2 362 458.00	1 967 033.00
Інші операційні витрати	2180	115 856.00	84 802.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	14 924 833.00	13 005 618.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	48 828.00	80 459.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інші доходи	2240	262 218.00	48 668.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	967 025.00	427 797.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	166 265.00	93 560.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	14 102 589.00	12 613 388.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2 670 871.00	-2 243 529.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	11 431 718.00	10 369 859.00

Фінансова звітність ПрАТ «Київстар» за 2022 рік

Дата звіту	28.02.2023
Період	2022 рік, 12 міс
Бухгалтер	Ксеніч Олена Михайлівна
КАТОТТГ	UA80000000001078669
Кількість працівників	3 659

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	8 585 356.00	8 372 277.00
первісна вартість	1001	15 660 515.00	15 991 300.00
накопичена амортизація	1002	7 075 159.00	7 619 023.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби	1010	16 291 426.00	20 429 519.00
первісна вартість	1011	34 575 168.00	39 865 823.00
знос	1012	18 283 742.00	19 436 304.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	
інші фінансові інвестиції	1035	110 102.00	699 734.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	
Відстрочені податкові активи	1045	139 587.00	159 033.00
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	1 568 479.00	3 207 648.00
Усього за розділом I	1095	26 694 950.00	32 868 211.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	37 506.00	65 107.00
Виробничі запаси	1101	37 476.00	65 104.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	30.00	3.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	872 641.00	2 815 721.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	150 458.00	241 180.00
з бюджетом	1135	73 795.00	62 335.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	5 327.00	26 174.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 707 773.00	4 684 591.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	0.00	
Витрати майбутніх періодів	1170	195 217.00	189 282.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	2 271.00	481 670.00
Усього за розділом II	1195	3 044 988.00	8 566 060.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	72 309.00	113 059.00
Баланс	1300	29 812 247.00	41 547 330.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	654 763.00	654 763.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	258 294.00	261 260.00
Емісійний дохід	1411	102 338.00	102 338.00
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	132 933.00	132 933.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	11 419 172.00	21 016 841.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	12 465 162.00	22 065 797.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	24 277.00	29 735.00
Довгострокові кредити банків	1510	6 934 336.00	2 171 880.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	3 681 646.00	7 376 257.00
Довгострокові забезпечення	1520	315 052.00	236 277.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	10 955 311.00	9 814 149.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	59 781.00	17 428.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	1 946 299.00	3 654 875.00
розрахунками з бюджетом	1620	1 124 100.00	1 024 715.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	660 084.00	516 951.00
розрахунками зі страхування	1625	0.00	
розрахунками з оплати праці	1630	12 370.00	12 651.00
за одержаними авансами	1635	851 597.00	968 040.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	183 376.00	170 355.00
Доходи майбутніх періодів	1665	788 435.00	848 301.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші поточні зобов'язання	1690	1 425 816.00	2 971 019.00
Усього за розділом III	1695	6 391 774.00	9 667 384.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	29 812 247.00	41 547 330.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30 900 973.00	28 559 150.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховання	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 112 812.00	9 646 440.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий прибуток	2090	18 788 161.00	18 912 710.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	252 484.00	217 437.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	2 357 912.00	1 865 353.00
Витрати на збут	2150	2 556 755.00	2 362 458.00
Інші операційні витрати	2180	247 660.00	115 856.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	13 878 318.00	14 786 480.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	155 497.00	48 828.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інші доходи	2240	236 812.00	235 778.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	1 121 738.00	967 025.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	1 352 309.00	166 264.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	11 796 580.00	13 937 797.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2 198 911.00	-2 670 871.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	9 597 669.00	11 266 926.00

Фінансова звітність ПрАТ «Київстар» за 2023 рік

Дата звіту	28.02.2024
Період	2023 рік, 12 міс
Бухгалтер	Ксенія Олена Михайлівна
КАТОТТГ	UA80000000001078669
Кількість працівників	3 261

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи			
первісна вартість	1000	8 177 859.00	8 547 281.00
накопичена амортизація	1001	15 796 882.00	17 167 026.00
Незавершені капітальні інвестиції	1002	7 619 023.00	8 619 745.00
Основні засоби	1005	1 303 290.00	1 245 301.00
первісна вартість	1010	18 148 936.00	21 469 991.00
знос	1011	36 409 687.00	41 996 774.00
Інвестиційна нерухомість	1012	18 260 751.00	20 526 783.00
первісна вартість	1015	0.00	
знос	1016	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1017	0.00	
первісна вартість	1020	0.00	
накопичена амортизація	1021	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1022	0.00	
інші фінансові інвестиції	1030	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1035	699 734.00	763 469.00
Відстрочені податкові активи	1040	0.00	
Гудвіл	1045	159 033.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1050	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1060	0.00	
Інші необоротні активи	1065	0.00	
Усього за розділом I	1090	3 207 648.00	2 580 402.00
II. Оборотні активи Запаси	1095	31 696 500.00	34 606 444.00
Виробничі запаси	1100	65 107.00	140 759.00
Незавершене виробництво	1101	65 104.00	136 470.00
Готова продукція	1102	0.00	
Товари	1103	0.00	
Поточні біологічні активи	1104	3.00	4 289.00
	1110	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Депозити перестрахування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 815 721.00	2 052 293.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	241 180.00	167 553.00
з бюджетом	1135	62 335.00	110 624.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	26 174.00	8 663.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.00	
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	5 695 031.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 684 591.00	7 372 688.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	0.00	
Витрати майбутніх періодів	1170	189 282.00	235 528.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	481 670.00	6 612.00
Усього за розділом II	1195	8 566 060.00	15 789 751.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	113 059.00	
Баланс	1300	40 375 619.00	50 396 195.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	654 763.00	654 763.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	261 260.00	261 320.00
Емісійний дохід	1411	102 338.00	102 338.00
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	132 933.00	132 933.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	20 935 686.00	31 478 276.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	21 984 642.00	32 527 292.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	15 310.00
Пенсійні зобов'язання	1505	29 735.00	37 363.00
Довгострокові кредити банків	1510	1 411 880.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	6 344 485.00	8 040 028.00
Довгострокові забезпечення	1520	236 275.00	254 560.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	8 022 375.00	8 347 261.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	777 428.00	89 990.00
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	3 654 875.00	3 208 894.00
розрахунками з бюджетом	1620	1 024 715.00	653 591.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	516 951.00	474 885.00
розрахунками зі страхування	1625	0.00	
розрахунками з оплати праці	1630	12 651.00	75 643.00
за одержаними авансами	1635	968 040.00	1 021 183.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	170 357.00	209 569.00
Доходи майбутніх періодів	1665	848 301.00	852 212.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Інші поточні зобов'язання	1690	2 912 235.00	3 410 560.00
Усього за розділом III	1695	10 368 602.00	9 521 642.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	40 375 619.00	50 396 195.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	33 165 048.00	30 900 973.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	14 052 407.00	13 073 367.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	19 112 641.00	17 827 606.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	229 718.00	252 484.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	2 430 110.00	2 357 912.00
Витрати на збут	2150	2 468 002.00	2 556 755.00
Інші операційні витрати	2180	357 394.00	598 153.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	14 086 853.00	12 567 270.00
Дохід від участі в капіталі	2200		0.00
Інші фінансові доходи	2220	588 132.00	155 497.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інші доходи	2240	195 065.00	236 812.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	1 942 998.00	1 226 928.00
Втрати від участі в капіталі	2255		0.00
Інші витрати	2270	2 002.00	17 226.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	12 925 050.00	11 715 425.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2 382 460.00	-2 198 911.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	10 542 590.00	9 516 514.00