

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту
(повна назва факультету)
Кафедра менеджменту та адміністрування
(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

магістр
(назва освітнього ступеня)

на

тему: «Дослідження управління організацією в умовах ринку,

на прикладі ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Виконав: студент 6 курсу, групи БМм-61
спеціальності Менеджмент

073

(шифр і назва спеціальності)

Матвєєв В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник Гарматюк О. О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль Мосій О.Б.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Рецензент Нагорняк Г. С.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування

(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Сороківська О.А.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« »

20__ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня

магістр

(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю 073 «Менеджмент»

(шифр і назва спеціальності)

студенту

Матвєєву Віталію Сергійовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Дослідження управління організацією в умовах ринку, на прикладі ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Керівник роботи к.е.н, доц. Гарматюк Оксана Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «26» серпня 2021 року № №4/7-706

2. Термін подання студентом завершеної роботи 20.12.2021р.

3. Вихідні дані до роботи, нормативні документи: фінансова звітність підприємства за 2018-2020 роки, статистична звітність підприємства за 2018-2020 роки

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Теоретичний базис управління організацією в умовах ринку

Комплексне дослідження управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Шляхи удосконалення управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях

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

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання Прийняв
4.1 Охорона праці	Шерстюк Р.П., д.е.н., доцент		
4.2. Безпека в надзвичайних ситуаціях	Стручок В.С., ст.викл.		
Нормоконтроль	Мосій О.Б., к.е.н., доц.		

7. Дата видачі завдання 2.09.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	10.09.2021 р.	
2	Складові управління як визначальний орієнтир розвитку організації	24.09.2021 р.	
3	Функціональні показники діяльності управління організацією	01.10.2021 р.	
4	Основні методи управління організацією	08.10.2021 р.	
5	Характеристика управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»	15.10.2021 р.	
6	Аналізування фінансових результатів досліджуваного товариства із застосуванням Excel	22.10.2021 р.	
7	Комплексна оцінка організації управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»	29.10.2020 р.	
8	Проектний захід щодо впровадження посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»	5.11.2021 р.	
9	Економічне обґрунтування рекламної кампанії як вектор зміцнення управління товариством	12.11.2021 р.	
10	Прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку досліджуваної друкарні	19.11.2021 р.	
11	Основні завдання в галузі охорони праці	26.11.2021 р.	
12	Загрози навколишньому середовищу при управлінській діяльності товариства	03.12.2021 р.	
13	Висновки	06.12.2021 р.	
14	Бібліографія	08.12.2021 р.	
15	Додатки	10.12.2021 р.	

Студент

(підпис)

Матвєєв В.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Гарматюк О. О.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Дослідження управління організацією в умовах ринку, на прикладі ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Кваліфікаційна магістерська робота: 78 сторінок, 23 рисунки, 17 таблиць, 8 додатків, 30 літературних джерел.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти дослідження управління ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Об’єкт дослідження – це процес управління ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Метою роботи є розробка теоретичних та практичних контекстів із дослідження систем управління організації в сучасних умовах ринку.

Методи дослідження – загальнонаукові методи, наукового пізнання, аналіз і синтез, ситуаційний аналіз, комплексні дослідження, економіко-статистичні, математичні, кількісного аналізу й експертних оцінок, порівняння, групування, графічний, табличний.

Розроблено пропозицій щодо удосконалення управління ТОВ «Медіацентр «Свіча», а саме обґрунтовано проєктні рішення впровадження посади менеджера з реклами та запропоновано комплекс заходів забезпечення рекламної кампанії як вектор зміцнення управління товариством. На основі чого сформовано прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку досліджуваної друкарні.

Результати впроваджено у діяльність ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Ключові слова: дослідження управління, підходи до дослідження системи управління, організація управління, моделювання з інтервалами довіри, менеджер з реклами.

SUMMARY

Research of organization management in market conditions, for example

LLC «Media Center «Svicha»

Master degree thesis contains of 78 pages, 23 pictures, 17 tables, 8 appendices, 30 references.

The Subject of Investigation is theoretical, methodical and practical aspects of the research of the management of LLC «Media Center «Svicha».

The Object of Investigation it is a management process the LLC «Media Center «Svicha».

The Aim of the Work is to substantiate the theoretical and practical contexts for the study of management systems the organization in modern market conditions.

The Methods of Investigation are general scientific methods, scientific knowledge, analysis and synthesis, situational analysis, complex research, economic and statistical, mathematical, quantitative analysis and expert assessments, comparison, grouping, graphical, tabular.

Proposals for improving the management of LLC «Media Center «Svicha» were developed, namely project solutions for the introduction of position advertising manager were substantiated and a set of measures to ensure the advertising campaign as a vector for strengthening the company's management was proposed. On the basis of which the forecast modeling with intervals of trust prospects development the investigated printing house is formed.

The results were implemented in the activities of the LLC «Media Center «Svicha».

Key words: management research, approaches to management system research, management organization, modeling with confidence intervals, advertising manager.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В УМОВАХ РИНКУ	10
1.1 Складові управління як визначальний орієнтир розвитку організації	10
1.2 Функціональні показники діяльності управління організацією	15
1.3 Основні методи управління організацією	21
РОЗДІЛ 2 КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВ «МЕДІАЦЕНТР «СВІЧА»	25
2.1 Характеристика управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»	25
2.2 Аналізування фінансових результатів досліджуваного товариства із застосуванням Excel	31
2.3 Комплексна оцінка організації управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»	42
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВ «МЕДІАЦЕНТР «СВІЧА»	47
3.1 Проектний захід щодо впровадження посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»	47
3.2 Економічне обґрунтування рекламної кампанії як вектор зміцнення управління товариством	54
3.3 Прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку досліджуваної друкарні	61
РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	68
4.1 Основні завдання в галузі охорони праці	68
4.2 Загрози навколишньому середовищу при управлінській діяльності товариства	70
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	73
БІБЛІОГРАФІЯ	75
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів в умовах сучасного ринку, як показує аналіз діяльності організацій, обумовлює необхідність перебудови всієї структури їх діяльності. Безсумнівно, що розвиток економіки сьогодні визначається множинністю, складністю розв'язуваних управлінських і виробничих завдань. Це вимагає необхідності проектування адекватних структур управління, що враховують передумови реформування всього існуючого господарського механізму у зв'язку з непостійними політичними й економічними умовами. Тому значно зростає роль розвитку систем управління організаціями, які повинні визначати тактикові дії, програмувати їхню стратегію, створювати необхідні умови, для своєчасного й адекватного реагування на процеси, що впливають на їхнє економічне становище в країні.

З урахуванням складності завдань управління організаціями в сучасних умовах необхідним є використання методологічних інструментів при структуруванні організацій, перебудуванні процесів організації і її частин відповідно до вимог ринку, а також при прийнятті різних управлінських рішень на тактичному й стратегічному рівнях.

Варто зазначити, що сучасну проблематику управління організацією знайшли відображення в працях науковців: Є. С. Барвінської, П. С. Ворозівського, О. І. Гаджинського, Ф. В. Горноса, Т. Г. Дудара, Ю. Ф. Зорованої, В. В. Зіновчука, В. В. Липчука, М. К. Пархомця, Н. В. Погрібщука, П. Т. Саблуки, Г. В. Чудника та ін.

Для практичного значення обґрунтування систем управління слід урахувувати, що в даних умовах, керівник з метою найрезультативнішої діяльності змушений неформально здійснювати удосконалення систем управління даної сфери, що впливають на їхнє функціонування. Саме тому управління організацією має практико-орієнтовану значимість для забезпечення

розвитку організації. Саме тому дана проблематика набуває особливої актуалізації в умовах дисбалансу економічних процесів.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є розробка теоретичних та практичних контекстів із специфіки управління організацією в ринкових умовах.

Для реалізації представленої мети вирішувалися **завдання**:

- досліджено складові управління організацією;
- сформовано функціональні показники діяльності управління організацією;
- здійснено аналіз основних методик управління організацією;
- обгрунтовано фінансову результативність ТОВ «Медіацентр «Свіча»;
- проведено комплексне оцінювання організації управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»;
- запропоновано шляхи удосконалення управління друкарні.

Об'єктом даного дослідження є процес управління ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Предметом даних наукових досліджень є теоретичні, методичні та практичні аспекти управління ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Методика наукових досліджень. Кваліфікаційну роботу магістра виконано на основі теоретичних та інформаційних основ, які включають нормативно-правове забезпечення; наукові дослідження з проблематики менеджменту; статистична та бухгалтерська звітність друкарні; інформація періодичних видань; ресурси Internet.

Під час даної роботи використано такі методики: абстрактно-логічний; аналізу і синтезу; логічний; системного аналізу функцій менеджменту адміністрування; економіко-статичний, порівняння, групування, графічного способу застосування, табличний.

Джерела наукових досліджень. У даній роботі використовувалась інформація з періодичних наукових видань, монографічної літератури,

відповідні норми законодавства, а також статистичні джерела відповідно до даної тематики.

Методи дослідження. В роботі використано такі методи: абстрактно-логічний; аналізу і синтезу; логічний; системного аналізу функцій управління; економіко-статичний.

Новизна наукових результатів. У кваліфікаційній магістерській роботі обґрунтовано теоретичний базис управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» та запропоновано рекомендаційні аспекти щодо удосконалення друкарні.

Практичною основою до отриманих результатів є основним вектором щодо удосконалення ТОВ «Медіацентр «Свіча», а саме обґрунтовано проєктні пропозиції впровадження посади менеджера з реклами та запропоновано комплекс заходів забезпечення рекламної кампанії як вектор зміцнення управління товариством. На основі чого сформовано прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку досліджуваної друкарні.

Апробація результатів дослідження. Основні положення кваліфікаційної роботи магістра доповідались та отримали позитивну оцінку на Міжнародних наукових та практичних конференціях: «Modern science: innovations and prospects» (October 10-12, 2021, Stockholm, Sweden) та «Комплексний підхід до модернізації науки: методи, моделі та мультидисциплінарність» (19 листопада, 2021, м. Вінниця, Україна)

Обсяг та структура кваліфікаційної магістерської роботи. Кваліфікаційна магістерська робота формується зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 78 сторінок, 17 таблиць, 23 рисунки, 8 додатків, використані джерела із 30 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В УМОВАХ РИНКУ

1.1 Складові управління як визначальний орієнтир розвитку організації

Підхід до управління – напрямок у науці управління з певної позиції, що позиціонує функції управління як взаємозалежний потік управління, тобто як деяку сукупність безперервних взаємозалежних дій. Тоді як ситуаційний підхід досліджує конкретну ситуацію. Тому не настільки важливий підхід, а той метод, який адекватний конкретним подіям або явищам [26].

Під принципами управління розуміються основні положення, вихідні пункти, вони належать до найважливіших категорій управління, тобто основних фундаментальних ідей, вистав про управлінську діяльність закономірностей, що впливають із законів і керування. Принципи управління містять важливі постулати, дотримання яких приводить до прийняття адекватних розв'язків у певних умовах і на відповідних рівнях. Загальними принципами управління є: об'єктивність, конкретність, системність, ефективність і ін. [12].

Фактичний зміст управлінської праці визначається складом функцій управління, які застосовуються в організації. Кожна функція має в рамках процесу управління своє призначення, несе певне навантаження й реалізує конкретні операції по перетворенню інформації.

Типи й види управління в економічних і соціокультурних середовищах відбивають особливості організації залежно від середовища, у якому ця організація функціонує. До видів управлінської діяльності ставляться: управління об'єктами, протидією, узгодженням тощо.

Об'єкт управління – це соціально-економічна система, що визначає вплив як акт узгодження діяльності відповідно до мети існування, функціонування й

розвитку [19]. Також під об'єктом управління розуміються явища (особистість, колектив, організація) і процеси, на які спрямований управлінський вплив.

Процес управління – поняття, що відбиває зміна стану об'єктів, їх просторові й тимчасові характеристики. В організаціях протікають певні процеси управління об'єктами, виходячи із цього, основними процесами управління в організації є: управління стратегією, управління персоналом, управління виробництвом і т.д.

Управління об'єктом являє собою цілеспрямований вплив управлінського органа (керуючої підсистеми) на об'єкт управління (керуючу підсистему) з метою забезпечення його ефективного функціонування й розвитку [18].

Управлінські розв'язки підрозділяються на види, класи, а також містять структуру виконання управлінських завдань. Системи дозволяють використовувати закони, підходи, принципи і т.д. і привносити щось конкретне в унікальні характеристики управління.

Теорія управління знаходить висвітлення в методології управління, використовуючи накопичені знання на практиці, а також займається витягом нових знань із практики для наступного переносу в теоретичні положення. Теорія керування містить постулати, які потім використовуються в методології управління, у різних сферах діяльності.

Так, технологія управління – це сукупність типових операцій діяльності, реалізованої в рамках якої-небудь частини управління процесами організації за допомогою послідовності процедур для ефективної реалізації цієї діяльності.

Технології управління створюють необхідні передумови й умови розв'язку завдань у рамках кожного процесу управління, які благополучно доводять реалізацію управлінських функцій до кінця, а виходить, і весь управлінський цикл до логічного завершення.

Технологічна діяльність у управлінні має деяку відзнаку на стадії проектування, однак на стадії виконання будь-яка творчість повинна бути зведена до мінімуму, щоб досягтися реалізації управлінського задуму з багатьох причин (рис. 1.1).

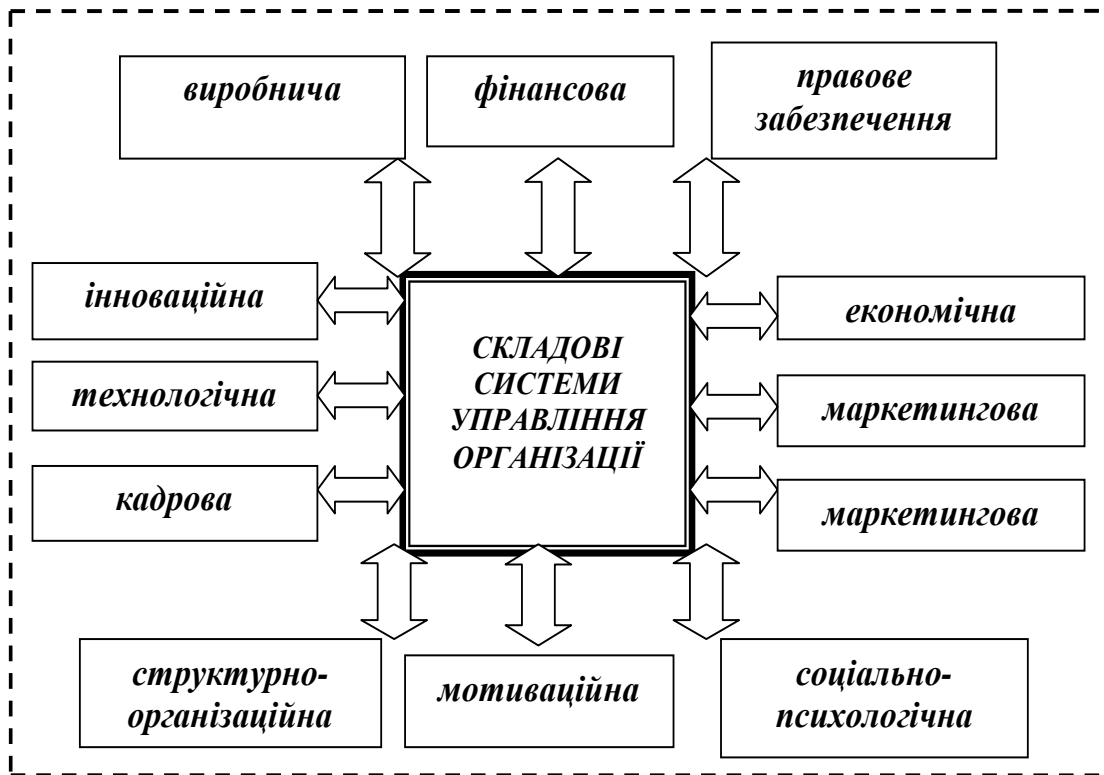


Рисунок 1.1 – Принципова схема взаємозв'язків складових управління організацією [1, с. 217]

Головною з них буде – знизити втрати від відхилень у очікуваних результатах до неконтрольованих наслідків по всьому ланцюжковому управлінському циклу.

Технологічні конструкції не обов'язково повинні бути представлені в класичній формі й уніфікованому змісті. Вони можуть бути представлені у вигляді розроблених методичних матеріалів, положень, посадових інструкцій, приписань і т.д. Але там, де технології управління активно застосовувалися, там нарощувалися найважливіші конкурентні переваги сучасного управління організацією: прозорість, універсальність, професійна компетентність, взаємозамінність. Крім того, технології, як і у виробництві й інформатиці демонструють організованість і раціональність за рахунок систематизації

регулювання сценаріїв, інструкцій, приписань, положень при виконанні окремих операцій (рис. 1.2) [5].

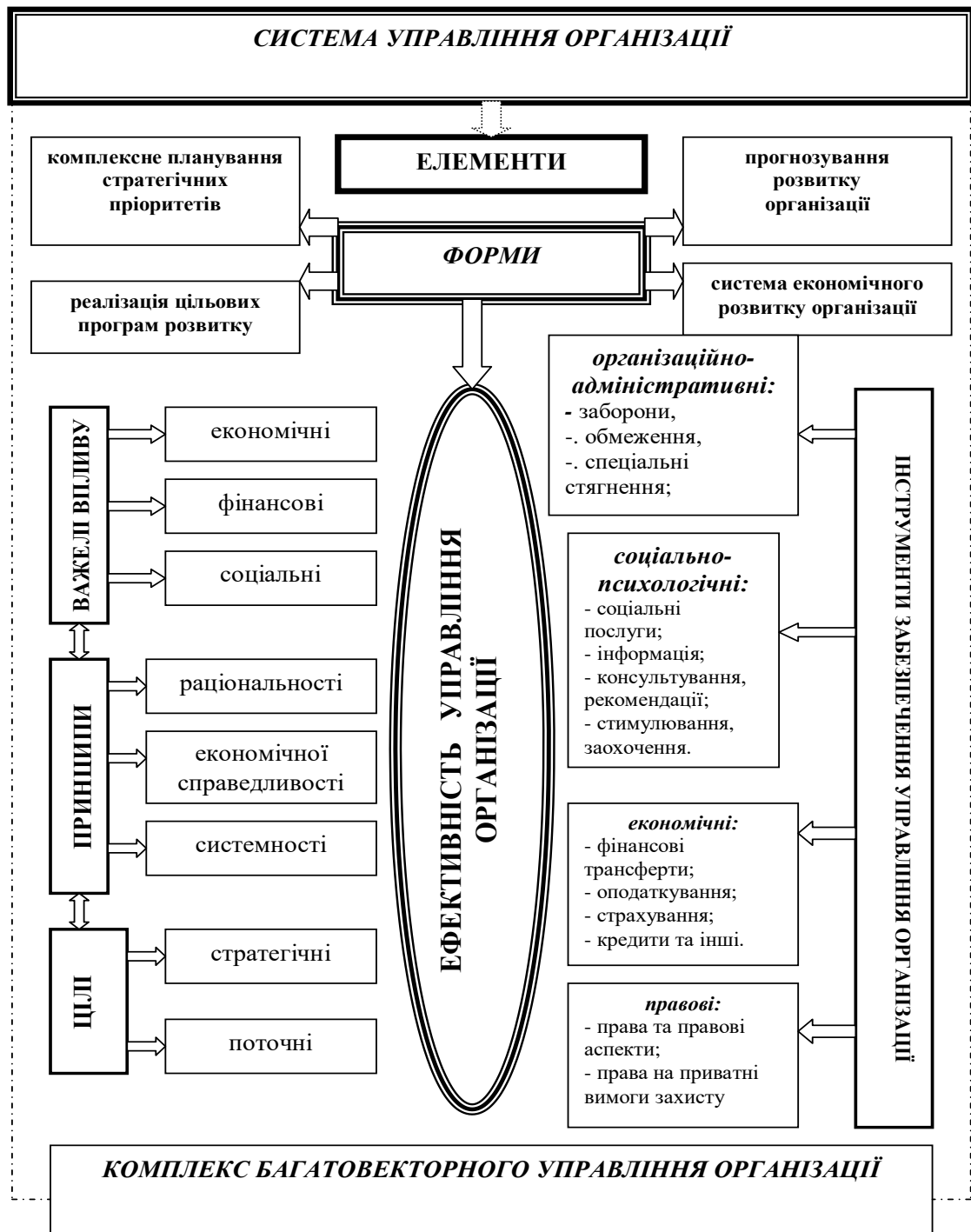


Рисунок 1.2 – Структурна схема управління організацією [18, с. 48]

Основними складовими технологій управління є завдання, процедури, операції, дії й приймання, розташовані в певній послідовності. Більшість

технологій управління сприяють розв'язку завдань управління, які спрямовані на підтримку функціонування й розвитку різних сторін діяльності організації.

Практика управління в основному націлена на результати діяльності, які досить багатогранні. Результати являють собою продукт організації, заради якого здійснювалася управлінська діяльність. У випадку незадоволеності результатами розв'язку завдання відбувається її повторний розв'язок зі зміненою вхідною інформацією, не міняючи інструментів. У випадку регулярної неадекватності фактичних результатів розв'язку конкретного управлінського завдання очікуваним результатам здійснюється заміна процедур, інструментів або виконавців. Показники ефективності (результативності) управління в організації є невід'ємними атрибутами управлінської діяльності, і їх періодичне визначення (оцінка, вимір) характеризує рівень компетентності управлінського персоналу.

У рамках будь-якої парадигми управління передбачається одержання результатів діяльності і визначення відповідних показників. Наприклад, парадигма «кількість продукції» буде визначатися типовими показниками: обсяг зробленої продукції, собівартості, прибуток, рентабельність і т.д. Вимір показників ефективності (результативності) управління дозволяє судити про виконання цілей, місії, стратегії.

Головним практичним наслідком є результати управлінської діяльності в економічних системах різних видів. До основних результатам будь-якої діяльності слід віднести ефект (абсолютний) і ефективність (відносний). Крім того, на практиці визначаються й інші показники діяльності: конкурентоспроможність, частка ринку, імідж і т.д., які визначають роль і місце організації на ринку.

Отже, управлінська діяльність – один з найважливіших базисів функціонування й розвитку організацій в умовах ринкової економіки. Вона постійно удосконалюється відповідно до об'єктивних вимог ринку, ускладненням господарських зв'язків, підвищенням ролі споживача у формуванні техніко-економічних параметрів продукції [4].

1.2 Функціональні показники діяльності управління організацією

Як правило, виробничий процес описується розв'язком безлічі завдань в організації, які тільки у своїй єдності повністю характеризують виробничу діяльність.

Роль виробничих процесів у загальному процесі виготовлення продукції розділяється на: основні, допоміжні, що обслуговують, управлінські, технологічні, природні. Взаємодія виробничих процесів між собою, а також із суміжними процесами організації дозволяє досягнути бажаного результату будь-якої організації [23].

У даному розділі розглядаються основні процеси виробничого менеджменту в загальному виді.

Характеристика дефініцій виробничого менеджменту буде сприяти розумінню місця й ролі конкретного процесу у виробничій системі організації. У тому числі їх взаємодія необхідна для найбільш повного розуміння їх змісту, структурування й внеску кожного у виробничу систему організації.

Виробнича стратегія містить у собі розташування організації, розмір і тип виробничих об'єктів, кваліфікацію персоналу, використання технологій, спеціальні процеси, спеціальне устаткування, методи контролю якості і т.д.

На думку Hill Terry роль виробничої стратегії полягає в створенні плану для виробничої функції, для найкращого використання ресурсів. Виробнича стратегія визначає політику й плани по використанню ресурсів організації для підтримки його довгострокової конкурентної стратегії.

У виробничому процесі до основних стратегічним розв'язкам ставляться розв'язки про те, як, коли й де робити вироби. Методи, використовувані для виробництва продукції/послуг, необхідно погодити із продукцією, що випускається, /послугами, а також з потребами, які необхідно задовольнити в цей момент часу [3].

Важливу роль у виробничому менеджменті має один із процесів стратегічного менеджменту – виробнича політика організації.

Управління виробничою політикою організації – це діяльність по формулюванню й підтримці основних постулатів виробничого менеджменту. Ці постулати потім використовуються у всіх процесах виробничої діяльності як визначальні їхня побудова, а потім і їхню реалізацію протягом усього часу існування організації [19]. Так, з практичної точки зору ідентифіковано основні важливі фактори впливу на формування цілей організації (рис. 1.3) [16, с. 40-41].



Рисунок 1.3 – Фактори впливу на дослідження цілей організації [16, с. 40]

Виходячи їх цього, організація зацікавлено одержати більше доходу від продажу виробів, для чого воно повинне знати кон'юнктуру ринку, мати компетентних співробітників (менеджерів) по збуту, проводити також активну маркетингову політику, проводити сервісну, навчальну й консультаційну діяльність [18].

Управління портфелем замовлень – це діяльність по формуванню завантаження організації роботою. Вона зв'язана переважно зі структурою, динамікою сукупності факторів ринкового попиту і якістю виробничих процесів, здійснюваних в організації [16].

Згідно замовлення можуть бути зовнішні й внутрішні. Процес обґрунтування обсягу продажів містить у собі ряд етапів:

- розуміння кон'юнктури ринку;
- вибір і оцінка існуючого асортиментів;
- оцінка конкурентоспроможності існуючого асортиментів;
- нормування собівартості продукції;
- визначення ціни продукції;
- прогнозування величини продажів.

Метою такої роботи є виявлення взаємозв'язків між різними підрозділами організації, що беруть участь у процесі формування договорів на поставку продукції, і розробка документального забезпечення цього процесу, спрямованого на підвищення якості й ефективності процесу формування портфеля замовлень організації.

Результати процесу формування портфеля замовлень впливають на прийняття управлінських розв'язків стратегічного управління, фінансової й асортиментної політики, інноваційної, маркетингової, виробничої, збутової діяльності. А це, у свою чергу, впливає на управління продажами продукції, даючи інформацію про потребу виробленої продукції через наявність на неї попиту у вигляді замовлень. Адже збільшення кількості замовлень приводить до росту обсягів виробництва, тим самим до збільшення доходу й прибутку організації, а зменшення замовлень дає зворотну реакцію [25].

Таким чином, стан портфеля замовлень дозволяє оцінити, наскільки збалансовані асортименти й стан виробничої діяльності організації, а також обумовлює прийняття управлінських розв'язків по діяльності організації в майбутньому: розширення виробничої діяльності, збереження стабільного

обсягу виробничої діяльності або, відповідно, прийняття розв'язків по даному виду діяльності на рівні стратегії.

У роботі Куликова В.І. відзначається, що керування проектуванням продукції й технологій – це діяльність по створенню нового товару, що випускаються, а також розробка нових або пристосування старих технологічних процесів для виготовлення цього асортиментів.

Необхідність розробляти нову продукцію й/або розширювати асортименти – це типові завдання, які вирішують організації в будь-якій галузі виробничої діяльності. У процесі проектування продукції й вибору технології, крім виробничої діяльності, задіяно кілька найважливіших процесів організації: управління маркетингом, інформацією, якістю продукції.

Процес управління маркетингом відповідає за вироблення пропозицій по нових видах продукції й за збір даних про тактико-технічні характеристики наявних на ринку товарів (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Структурно-логічна схема аналізування середовища функціонування організації [27, с. 170]

Основні фази типового процесу по розробці нової продукції:

- розробка концепції продукції;
- конструкторська підготовка;
- технологічна підготовка;
- експериментальне виготовлення зразків;
- визначення напрямку виробничої діяльності.

При проектуванні продукції, а також при підготовці виробництва й плануванні виробничої діяльності широко використовуються технології, засновані на розробках програмного забезпечення. Найбільш відомі з них системи автоматизованого проектування (САПР) і автоматизовані системи управління підприємством (АСУП) [6].

Садів В.А. вважає, що процес підготовки виробництва являє собою особливий вид діяльності, що сполучає вироблення науково-технічної інформації з її перетворенням у матеріальний об'єкт – нову продукцію [16].

Основним змістом такої діяльності є проектування нових і вдосконалення діючих конструкцій машин, матеріалів і технологічних процесів, створення належних умов для організації серійного виробництва нової техніки й досягнення запроектованих техніко-економічних показників.

Завданням технічної підготовки виробничої діяльності є прискорення темпів технічного прогресу, скорочення строків освоєння нових виробів, профілів і марок матеріалу, технологічних процесів, підвищення економічності операцій. Основні види робіт поділяються на: технічну, управлінську, фінансову, економічну, соціальну й екологічну підготовку.

Управління виробничими потужностями – це процес формування можливостей випуску продукції по номенклатурі й асортиментам при найбільш повному використанні основних фондів.

Під виробничою потужністю організації розуміється також максимально можливий випуск продукції в певній номенклатурі, асортиментах якості, що відповідає, у плановому періоді при найбільш повному використанні встаткування й виробничих площ із урахуванням застосування технології [15].

Функціональних завдань управління організацією: організація виробничої політики; регулювання запасів; планування запасів; планування виробничих графіків; організація виробничих графіків; планування виробничої політики.

Таким чином, прогресивний розвиток управління є актуальним на будь-якій стадії життєвого циклу підприємства. Доведено, що проблематику темпів розвитку необхідно вирішувати ситуативно, залежно від:

- величини поточними інтервалами й бажаними результатами;
- інтенсивності поточних і прогнозованих змін зовнішнього середовища;
- поточних і планованих змін внутрішнього середовища й технології.

У процесі проведеного дослідження встановлено, що для виявлення альтернатив розвитку управління організацією необхідна діагностика рівня відповідності (адекватності) діючої цільової підсистеми. Встановлено, що діагностики управління організацією наступна: дослідження результатів діяльності підприємства в цілому (операційна рентабельність, оборотність активів, і ін.); дослідження виробничих показників діяльності (тривалість виробничого циклу, середній розмір запасів сировини, частин, що комплектують тощо); виявлення обмежень і «вузьких місць» у виробничій системі – дослідження структури управління організацією і її відповідності встановленим операційним цілям.

У сучасних умовах підприємства, що беруть участь у конкурентній боротьбі, намагаються гнучко реагувати на зміни попиту. Використання системи управління організацією, не відповідної до потреб, найчастіше, приводить до погіршення основних показників і рівень обслуговування споживачів. Основним критерієм адекватності управління організацією може виступити стабільність функціонування виробництва й забезпечення заданого рівня якості продукції. Реалізація цього критерію вимагає застосування показників, таких як: рівень виконання замовлень у визначні терміни, що відзначає рівень стабільності діяльності, відповідність швидкостей або ритмічність виробництва й споживання; частка (відсоток) величини, що відзначає наявність надлишкових обігових коштів, і інші [29, с. 155].

1.3 Основні методи управління організацією

Підвищення ефективності і якості управлінської й виробничої діяльності залежить від рівня проектування різних системних сукупностей (елементів) в організації. Якщо дані елементи в організації не використовувалися раніше й впроваджуються вперше, то необхідно виконати повний процес інжинірингу (проектування) і введення цих елементів. Якщо такі елементи були присутні, то необхідно сформулювати їх відповідно до нових завдань, умов, концепцій і на більш досконалішій науковій основі [8].

З урахуванням складності завдань управління організаціями в сучасних умовах потрібне використання науково-дослідних методів при структуруванні організацій, перебудуванні функцій організації і його менеджменту відповідно до вимог ринку, а також при прийнятті різних розв'язків на тактичному й стратегічному рівнях.

Декомпозиція організації полягає у виставі його як системи, тобто у вигляді комплексу взаємодіючих об'єктів деякої предметної області. Ієрархію складної системи необхідно представити у вигляді рівнів управління, а її діяльність відбивається як взаємодія об'єктів.

Організація розробки систем управління являє собою комплекс науково-дослідних, проектних, інженерно-технічних і організаційних робіт, спрямованих на вдосконалювання існуючої.

При поглядах на систему управління, слід розуміти її не як окремі розрізнені заходи, а як сукупність усіх взаємозалежних елементів організації управління. Мова йде не про абсолютно бездоганну систему управління, а про безперервний процес її вдосконалювання у всіх напрямках діяльності організації на базі наукових методів управління. Залежно від сформованих правил, норм, традицій у підприємницьких структурах застосовують різноманітні методи (рис. 1.5) [3, с. 111-112].

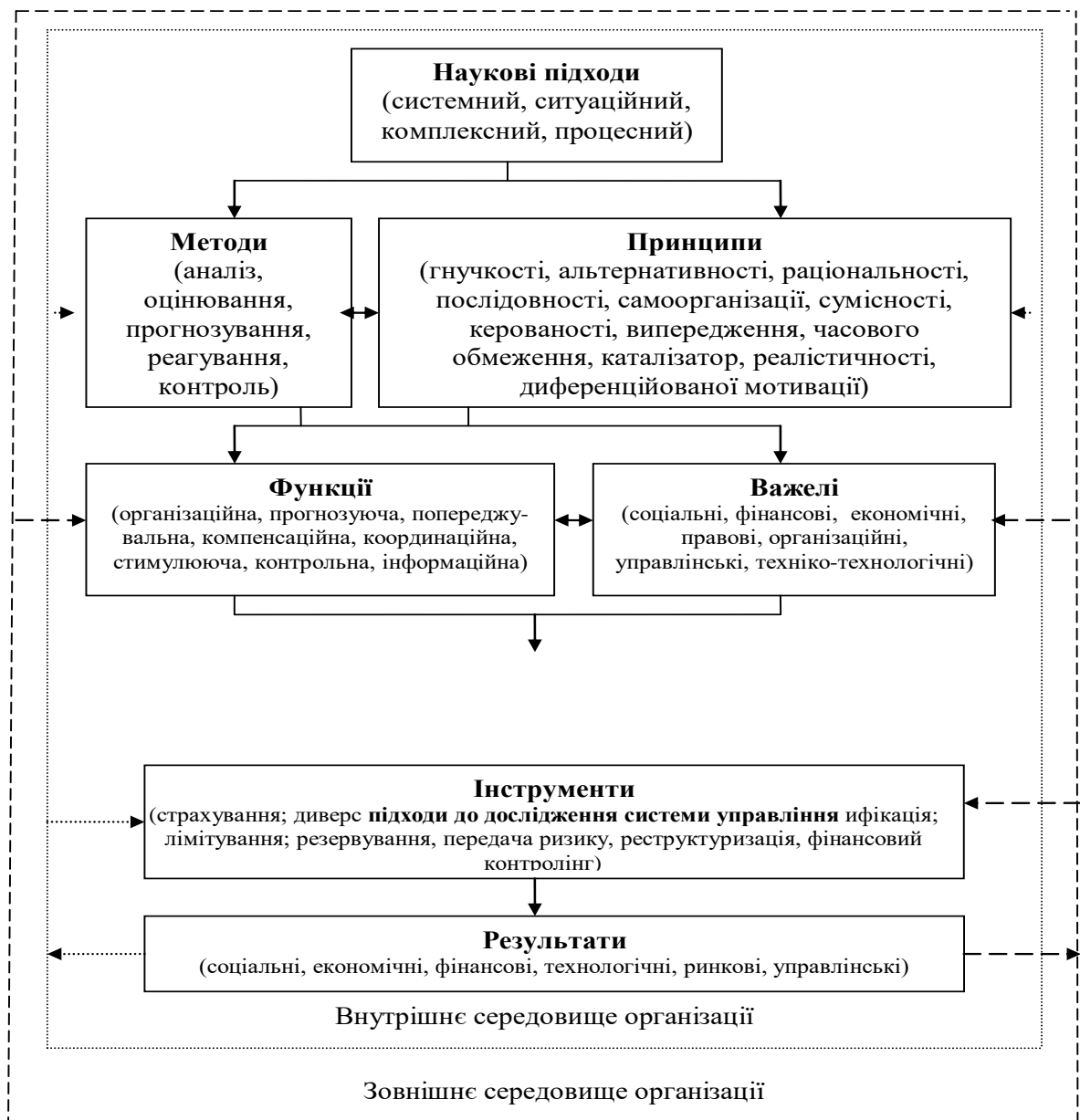


Рисунок 1.5 – Складові дослідження системи управління організацією: концептуальний підхід [3, с. 112]

У розвитку системи управління, на основі функціональної діяльності у силу її великої визначеності й регламентованості можуть застосовуватися нормативні методи проектування систем управління. Вони засновані в більшій частині на детальному обґрунтуванні різних норм, інакше кажучи, це - організаційне проектування. Проектування кадрового складу виконується в організаційну структуру компетентних співробітників з деяким коректуванням

системи управління під особистісні якості керівників структурних підрозділів організації.

Так, тип «стратегічне управління» застосовуються логічні, експертні методи організаційно-кадрового проектування, де основу формування організаційного проекту системи управління становить кадрове проектування команди вищого управлінського персоналу [8].

У такому випадку, організаційний розвиток має на увазі створення проекту системи управління по формальних ознаках, проектування кадрів – розподіл співробітників на основі їх індивідуальних особистісних особливостей.

Організаційне проектування систем управління здійснюється на основі змісту й технологій управлінської діяльності, що відбивається в документальному й інформаційному описі процесів організації, які реалізуються у відповідній організаційній структурі управління й визначають основу управління [17].

Модель розвитку процесів управління в системі організації, яка представляє науково обґрунтовану траєкторію розвитку організації. Основним етапом моделі розвитку процесів управління служить розробка механізму реінжинірингу, який повинен упорядкувати процеси, що існують в організації. Входом моделі розвитку процесів управління є замовлення на проведення дослідження й розглядається як комплекс деяких складових, які необхідно вивчити в організації [8]: формулювання напрямків розвитку, поліпшення організації; визначення стану СУО; визначення станів інноваційного потенціалу процесів організації

Для ефективного визначення цілей розвитку організації необхідно: визначити порядок дій, які необхідно почати; визначити можливі результати; визначити строки здійснення мети; указати витрати на досягнення цілей; визначити контрольні критерії досягнення мети; забезпечити контроль досягнення мети.

Для дослідження елементів системи управління організацією була представлена багаторівнева структура даної системи, що полягає із процесів і функціональних завдань, операцій, процедур і їх складових. Практика управлінської діяльності показала, що процесом управляти прямо неможливо, тому необхідно розділити їх на складові частини. І в системному підході такою частиною є функціональні завдання, тому що саме на цьому рівні з'являються функції управління. Характеристика структури описаних елементів дозволить фахівцям з дослідження систем управління більш адекватно формувати й розбудовувати управлінську діяльність в організаціях у сучасних умовах (рис.1.6) [4, с. 54].

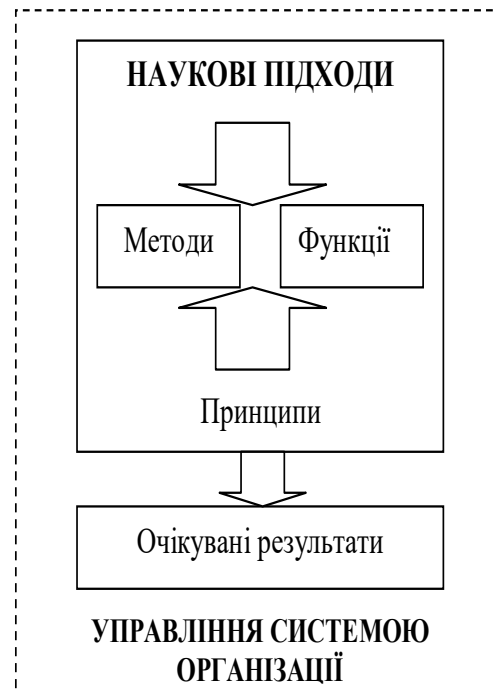


Рисунок 1.6 – Загальна структура управління організацією [4, с. 55]

Представлена модель розвитку структури процесів у системі управління організацією, представляє науково-обґрунтовану траєкторію розвитку організації. Модель складається із сукупності взаємозалежних частин, що представляють собою етапи діяльності, механізми тощо.

РОЗДІЛ 2
КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ТОВ «МЕДІАЦЕНТР «СВІЧА»

2.1 Характеристика управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Відповідно статуту ТОВ «Медіацентр «Свіча» визначає загальні правові, соціально-економічні та організаційні засади створення, діяльності та припинення відповідно, а також права та обов'язки учасників товариства. ТОВ «Медіацентр «Свіча» було започатковано діяльність № 2 від 19 листопада 2018 р. шляхом перетворення комунального підприємства «РЕДАКЦІЯ ГАЗЕТИ «СВІЧА» згідно Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». ТОВ «Медіацентр «Свіча» є правонаступником всіх прав та обов'язків підприємства «РЕДАКЦІЯ ГАЗЕТИ «СВІЧА». Станом на дату затвердження даного Статуту Статутний капітал Товариства становить 38873,27 грн. Організаційна характеристика товариства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Загальна інформація ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Повне найменування:	Товариство з обмеженою відповідальністю «Медіацентр «Свіча»
Скорочене найменування:	ТОВ «Медіацентр «Свіча»
Адреса:	77503 Івано-Франківська обл., Долинський р-н, м. Долина, пл. Січових Стрільців, буд. 3
Контактний телефон	+380347725333
Код реєстрації: за ЄДРПОУ за КОАТУУ	20545641 2622010100
Код основного виду економічної діяльності	58.13
Директор (редактор):	Матвеева Т. Є.

Продовження табл. 2.1

1	2
Головний бухгалтер:	Цюцюра М. І.
Основна діяльність:	Основною метою діяльності видання газет, журналів, інших періодичних видань, яке може здійснюватися як у друкованому так і електронному вигляді, в тому числі у мережі Інтернет, а також інші види видавничої діяльності, у тому числі видання каталогів, фотографій, альбомів, вітальних і поштових листівок, плакатів, репродукцій творів мистецтва, рекламної продукції, іншої друкованої продукції тощо.
Організаційно-правова форма господарювання	240
№ реєстрації страхувальника	0501329
Найменування банку	АТ КБ «Приватбанк»
Код банку	336677
№/рахунку	UA 473366770000026005445325001
Форма власності	Приватна
Середньооблікова кількість штатних працівників	4

Згідно законодавства країни, всі друковані ЗМІ, які були державними і комунальними, сьогодні вже на власному забезпеченні. Тобто дотації та фінансування для ТОВ «Медіацентр «Свіча» від держави немає жодного. Працюють товариство на ті кошти, які можуть самі заробити. А це : привітання, співчуття, оголошення, реклама, платні статті. Звичайно, виживати в період, коли основний потік інформації припадає на інтернетні ресурси – важко.

Основна продукція – це видання газети «Свіча». Тираж щороку паде. Починаючи від півтора тисячі на сьогодні тираж складає 800 примірників: це передплата та роздріб. В роздріб йде тільки 200 примірників (щотижня). Але є і повернення часткове. Левову частку прибутку з'їдає друк газети та поштові

витрати. Тобто пошта сьогодні бере дуже великі кошти за свої послуги щодо передплати. Види діяльності представлені у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Диференціація діяльності ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№ з/п	Найменування видів діяльності
1.	видання газет, журналів, інших періодичних видань, яке може здійснюватися як у друкованому так і електронному вигляді, в тому числі у мережі Інтернет;
2.	інші види видавничої діяльності, у тому числі видання каталогів, фотографій, альбомів, вітальних і поштових листівок, плакатів, репродукцій творів мистецтва, рекламної продукції, іншої друкованої продукції;
3.	організація різноманітних культурних та навчальних, конкурсних заходів; аукціонів та добродійних акцій, виставок, ярмарків, конгресів, фестивалів; діяльність пов'язана з організацією відпочинку та розваг, мистецька діяльність;
4.	діяльність у сфері вивчення, аналізу та оприлюднення суспільної думки про соціальні, політичні та економічні події;
5.	надання інших інформаційних послуг, зокрема, створення інформаційних агентств;
6.	розповсюдження власної та іншої продукції через торгівельну мережу;
7.	здавання в оренду власного рухомого та нерухомого майна, комп'ютерної та копіювальної техніки;
8.	інша діяльність, зокрема, сільське господарство, лісове господарство; будівництво, поштова та кур'єрська діяльність, організація страхування; виконання робіт із монтажу, налагодження, ремонту та обслуговування комп'ютерної техніки;
9.	здійснення інших видів діяльності, що є допоміжними та необхідними для реалізації цілей та предмету діяльності, викладених у цій статті за умови, що така діяльність не суперечить чинному законодавству України.

Продовжуючи логіку нашого дослідження представимо перелік основних видів послуг, які надає ТОВ «Медіацентр «Свіча» та орієнтовані ціни (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Відпускні ціни друкованої літератури ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Друк на крейдованому папері													
Щільність		115 г/м ²											
тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 4	за тираж	271	297	324	350	377	441	508	769	1040	1552	2862	A3 x 4
	за лист	2,71	1,49	1,08	0,88	0,75	0,59	0,51	0,38	0,35	0,31	0,29	
A3 x 8	за тираж	552	592	632	672	710	810	910	1306	1702	2496	4476	A3 x 8
	за лист	5,52	2,96	2,11	1,68	1,42	1,08	0,91	0,65	0,57	0,50	0,45	
A4 x 4	за тираж	x	271	285	297	324	343	377	508	637	899	1552	A4 x 4
	за лист	x	1,36	0,95	0,74	0,65	0,46	0,38	0,25	0,21	0,18	0,16	
A4 x 8	за тираж	x	481	498	515	533	577	620	792	965	1310	2173	A4 x 8
	за лист	x	2,41	1,66	1,29	1,07	0,77	0,62	0,40	0,32	0,26	0,22	

Щільність		130 г/м ²											
тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 4	за тираж	275	303	331	358	387	456	526	806	1085	1644	3042	A3 x 4
	за лист	2,75	1,52	1,10	0,90	0,77	0,61	0,53	0,40	0,36	0,33	0,30	
A3 x 8	за тираж	558	600	641	683	724	828	932	1347	1763	2594	4067	A3 x 8
	за лист	5,58	3,00	2,14	1,71	1,45	1,10	0,93	0,67	0,59	0,52	0,41	
A4 x 4	за тираж	x	283	297	310	324	358	394	530	665	938	1620	A4 x 4
	за лист	x	1,42	0,99	0,78	0,65	0,48	0,39	0,27	0,22	0,19	0,16	
A4 x 8	за тираж	x	502	520	538	556	602	647	827	1007	1367	2268	A4 x 8
	за лист	x	2,51	1,73	1,35	1,11	0,80	0,65	0,41	0,34	0,27	0,23	

Щільність		150 г/м ²											
тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 4	за тираж	280	310	340	371	401	477	553	857	1161	1767	3288	A3 x 4
	за лист	2,80	1,55	1,13	0,93	0,80	0,64	0,55	0,43	0,39	0,35	0,33	
A3 x 8	за тираж	565	609	653	697	742	852	962	1403	1844	2725	4929	A3 x 8
	за лист	5,65	3,05	2,18	1,74	1,48	1,14	0,96	0,70	0,61	0,55	0,49	
A4 x 4	за тираж	x	305	324	343	362	410	458	648	840	1220	2174	A4 x 4
	за лист	x	1,53	1,08	0,86	0,72	0,55	0,46	0,32	0,28	0,24	0,22	
A4 x 8	за тираж	x	610	636	432	689	754	821	1084	1349	1876	3194	A4 x 8
	за лист	x	3,05	2,12	1,08	1,38	1,01	0,82	0,54	0,45	0,38	0,32	

Продовження табл. 2.3

Щільність		200 г/м ²											
тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 4	за тираж	292	328	365	402	438	529	620	986	1350	2080	3906	A3 x 4
	за лист	2,92	1,64	1,22	1,01	0,88	0,71	0,62	0,49	0,45	0,42	0,39	
A3 x 8	за тираж	583	634	684	735	785	912	1037	1541	2046	3055	5576	A3 x 8
	за лист	5,83	3,17	2,28	1,84	1,57	1,22	1,04	0,77	0,68	0,61	0,56	
A4 x 4	за тираж	x	291	310	328	346	392	438	620	803	1168	2080	A4 x 4
	за лист	x	1,46	1,03	0,82	0,69	0,52	0,44	0,31	0,27	0,23	0,21	
A4 x 8	за тираж	x	583	608	634	659	722	785	1037	1289	1794	3055	A4 x 8
	за лист	x	2,92	2,03	1,59	1,32	0,96	0,79	0,52	0,43	0,36	0,31	

Друк на офсетному папері

Щільність		70 г/м ²											
тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 1	за тираж	63	71	80	89	97	120	141	228	315	490	925	A3 x 1
	за лист	0,63	0,36	0,27	0,22	0,19	0,16	0,14	0,11	0,11	0,10	0,09	
A3 x 2	за тираж	120	132	144	156	167	198	226	344	461	696	1284	A3 x 2
	за лист	1,20	0,66	0,48	0,39	0,33	0,26	0,23	0,17	0,15	0,14	0,13	
A3 x 3	за тираж	180	195	210	224	240	276	314	462	611	908	1650	A3 x 3
	за лист	1,80	0,98	0,70	0,56	0,48	0,37	0,31	0,23	0,20	0,18	0,17	
A3 x 4	за тираж	242	260	278	295	313	358	403	583	763	1123	2024	A3 x 4
	за лист	2,42	1,30	0,93	0,74	0,63	0,48	0,40	0,29	0,25	0,22	0,20	

Друк на самоклеючому папері

Тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	
Формат													
A3 x 1	за тираж	148	222	296	369	443	627	811	1546	2282	3754	7433	A3 x 1
	за лист	1,48	1,11	0,99	0,92	0,89	0,84	0,81	0,77	0,76	0,75	0,74	
A3 x 2	за тираж	228	305	382	460	537	730	923	1696	2469	4014	7878	A3 x 2
	за лист	2,28	1,53	1,27	1,15	1,07	0,97	0,92	0,85	0,82	0,80	0,79	
A3 x 3	за тираж	309	390	471	552	633	835	1038	1848	2658	4278	8329	A3 x 3
	за лист	3,09	1,95	1,57	1,38	1,27	1,11	1,04	0,92	0,89	0,86	0,83	
A3 x 4	за тираж	391	476	561	645	730	942	1154	2002	2850	4547	8788	A3 x 4
	за лист	3,91	2,38	1,87	1,61	1,46	1,26	1,15	1,00	0,95	0,91	0,88	

Друк на самокопіюючому папері

Тираж		100	200	300	400	500	750	1000	2000	3000	5000	10000	10%
Формат													
A3 x 1	за тираж	75	92	112	130	150	200	250	450	650	1050	2040	A3 x 1
	за лист	0,71	0,46	0,37	0,33	0,30	0,27	0,25	0,23	0,22	0,21	0,20	

**Блокнот фірмовий А6
(обкладинка 4x0, УФ лак, 50 аркушів) за 1 блокнот**

		пружина		клей	
		клітинка	логотип	клітинка	логотип
250	за тираж	875	1000	850	975
	за шт.	3,5	4,0	3,4	3,9
500	за тираж	1250	1500	1200	1450
	за шт.	2,5	3,0	2,4	2,9
1000	за тираж	2000	2300	1900	2200
	за шт.	2,0	2,3	1,9	2,2

Календарі перекидні три секції (за 1 шт.)				
тираж	вартість	вартість виготовлення при тиражах до 100 примірників залежить від насиченості фарби на художніх частинах календаря		
1-10	30-40 грн.			
11-100	25-30 грн.			
101-150	22 грн.			
151-200	20 грн.			
201-300	18 грн.			
301-500	16 грн.			
501-1000	15 грн.			
Календарі кишенькові (4x2)				
тираж	за 1 шт	вартість тиражу		
250	0,3	75 грн.		
500	0,25	125 грн.		
1000	0,2	200 грн.		
Візитні картки				
Цифровий друк (за 100 шт) (вартість залежить від ступеню заповнення фарбою)				
Папір	Одноколірний друк		Багатоколірний друк	
	односторонні	двосторонні	односторонні	двосторонні
Звичайний папір 250 г/м ²	від 20 грн	від 35 грн	від 35 грн	від 70 грн
	від 20 грн	від 20 грн	від 20 грн	від 20 грн
Металізовані папери	від 20 грн	від 20 грн	від 20 грн	від 20 грн
Додаткова обробка візиток:				
• Ламінування - +10 грн.(25 мкрн.), +40 грн. (250 мкрн.)				
• Скруглення кутів - + 10 грн.				
Офсетний друк				
тираж	вартість тиражу			
	4x0	4x4		
250	75 грн.	115		
500	100 грн.	150		
1000	150 грн.	225		
Палітурні роботи:				
тираж	М'яка обкладинка (без вартості виготовлення обкладинки)	Тверда обкладинка – лакований папір	Тверда обкладинка – бумвініл	
1-10	5 грн.	8 грн.	12 грн.	
11-25	3 грн.	7 грн.	10 грн.	
26-50	2 грн.	6 грн.	9 грн.	
від 51	1 грн.	5 грн.	8 грн.	
Дизайнерські послуги(грн.):				
1. Вартість виготовлення макету візитки			5-25	
2. Вартість виготовлення макету кишенькового календаря			15-35	
3. Вартість виготовлення макету буклету, флаєру			35-200	
4. Розробка та дизайн сайту, візитки, презентації			від 5	
5. Розробка логотипів, товарних знаків, гербів, емблем тощо			від 15	
6. Бланки договорів, квитанцій, накладних			від 2,5	
7. Брошури			від 4,5	

* Під тиражем розуміється кількість однакових примірників виробу

** Ціни в гривнях без ПДВ

У ТОВ «Медіацентр «Свіча» на сьогодні, починаючи з червня цього року в редакції функціональні обов'язки виконує директор (головний редактор) та бухгалтер. Багато матеріалів, які публікуються в газеті, це від прихильників, читачів та постійних дописувачів. Звичайно, вони публікуються на безоплатній основі, адже ці дописувачі відіграють роль позаштатних кореспондентів. Сьогоднішні ринкові умови просто не дають можливості розширювати штат.

2.2 Аналізування фінансових результатів досліджуваного товариства із застосуванням Excel

З метою комплексного аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «Медіацентр «Свіча» необхідною умовою є обґрунтування показників діяльності за досліджений період 2018-2020 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Динаміка основних фінансово-господарських показників ТОВ «Медіацентр «Свіча» за 2018-2020 рр., тис.грн.

Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення			
				2019 / 2018 рр.		2020 / 2019 рр.	
				+/-	%	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	477,5	657,2	435,1	179,7	37,6	-222,1	-33,8
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	647,7	623,6	490,4	-24,1	-3,7	-133,2	-21,4
Разом витрати, тис.грн.	654,5	625,4	490,6	-29,1	-4,4	-34,8	-21,3
Чистий прибуток, тис. грн.	-7,0	51,8	-55,5	58,8	640	-3,7	-7,1
Рентабельність продукції, %	-1,1	8,3	-11,3	9,4	-65,4	-3	36,1
Вартість основних фондів, тис. грн.	37,7	28,5	24,3	-9,2	-24,4	-4,2	-14,7
Вартість оборотних активів, тис.грн.	189,4	211,2	217,7	21,8	11,5	6,5	3,1
Чисельність працівників, чол.	4	4	4	-	-	-	-
Фондоозброєність основними фондами, тис. грн./чол.	9,43	7,13	6,1	-2,3	-24,4	-1,03	-14,4

Продовження табл. 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Фондовіддача основних виробничих фондів	12,7	23,1	17,9	10,4	81,8	-5,2	-22,50
Фондомісткість основних виробничих фондів	0,08	0,04	0,06	-0,04	-5-	0,02	50
Власний капітал, тис.грн.	187,2	188,1	132,6	0,9	0,5	-55,5	-29,5
Дебіторська заборгованість, тис.грн.	5,5	8,1	21,6	26	47,3	13,5	166,7
Кредиторська заборгованість, тис.грн.	39,9	51,6	109,4	11,7	29,3	57,8	112,0

Проведені розрахунки дають можливість зробити наступні висновки, що за досліджений період 2018-2020 рр. ТОВ «Медіацентр «Свіча» по всіх показниках функціонування відбулися негативні зміни. Зокрема це свідчить, що у 2018 р. виручка від реалізації продукції становила 477,5 тис.грн., а у 2019 р. товариство отримало прибуток 657,2 тис.грн. та у 2020 р. – 435,1 тис.грн., що на 222,1 тис.грн. менше в порівнянні з аналогічним періодом або на 33,8%. Як наслідок відповідно негативні зміни відбулися у зміні структури собівартості продукції зокрема у 2019 р. становило 623,6 тис.грн., а у 2020 р. – 490,4 тис.грн., що становить 21,4 % в порівнянні з аналогічним періодом. Встановлено, що збуток діяльності роботи підприємства у 2018 р. становив -7,0 тис.грн., а у 2020 р. – -55,5 тис.грн. (рис. 2.1).

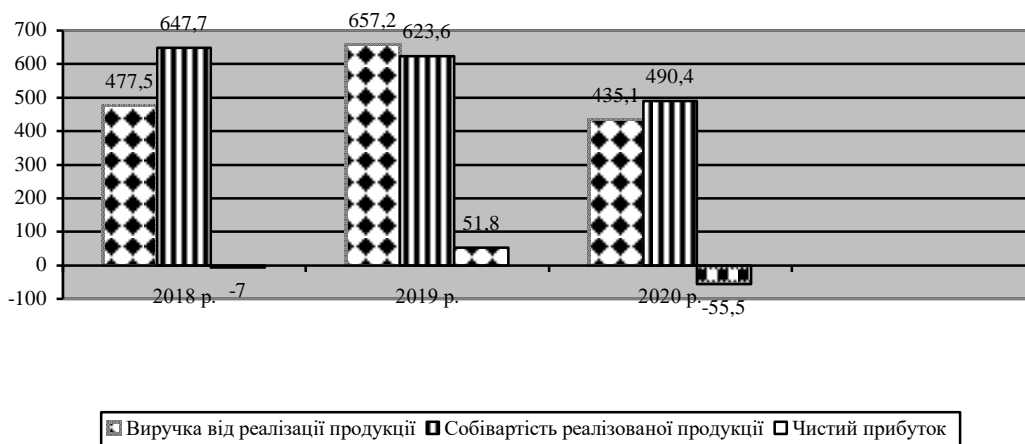


Рисунок 2.1 – Динаміка основних фінансових показників діяльності ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)

Щодо комплексного оцінювання середньорічної вартості основних ТОВ «Медіацентр «Свіча» варто відзначити також тенденції зниження. Зокрема у 2018 р. становила 37,7 тис.грн., а у 2019 р. – 28,5 тис.грн. та у 2020 р. – 24,3 тис.грн., що на -4,2 тис.грн. менше (-14,7 %). Кращі показник аналізування щодо оборотних активів зокрема у 2018 р. – 189,4 тис.грн., а у 2019 р. – 211,2 тис.грн. та у 2020 р. – 217,7 тис.грн., що на 6,5 тис.грн. більше порівняно з попереднім роком (3,1 %) (рис.2.2).

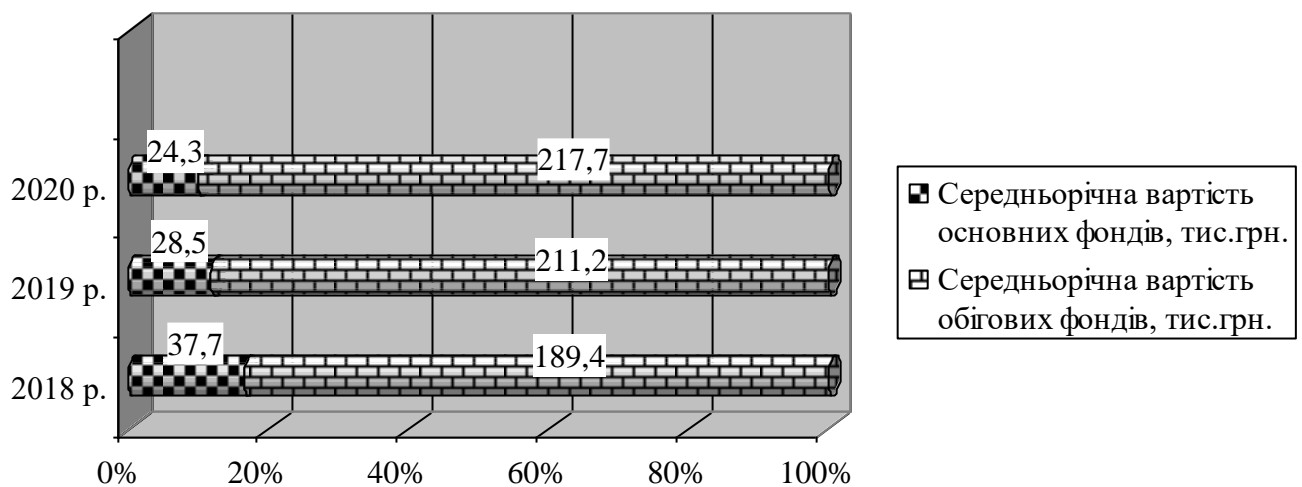


Рисунок 2.2 – Динаміка основних та обігових фондів
ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)

Проведемо обґрунтування результативного застосування основних виробничих фондів. Зокрема спостерігаємо негативну динаміку. Так фондоозброєність у 2019 р. ТОВ «Медіацентр «Свіча» 7,13 тис. грн./чол., а у 2020 р. – 6,1 тис. грн./чол., що в підсумку становить -14,4%. Фондовіддача основних виробничих фондів досліджуваного товариства відповідала у 2018 р. 12,7, а у 2019 р. – 23,1, про те у 2021р. знову зниження до рівня 17,9, тобто на -22,50%. Тенденція фондомісткості основних виробничих фондів підприємства у 2019 р. – 0,04 та 2020 р. – 0,06 тобто зростання на 0,02 (50%) (рис.2.3).

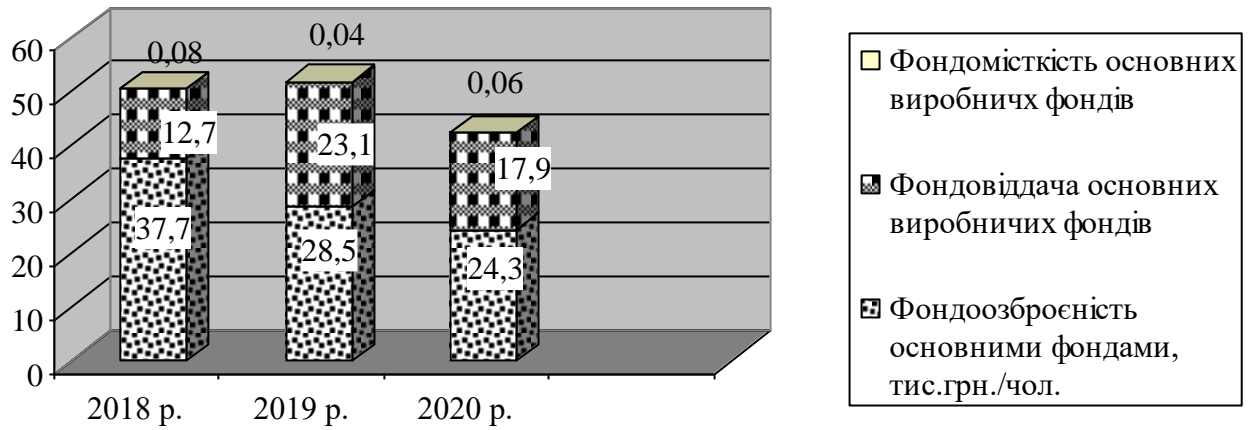


Рисунок 2.3 – Комплексна оцінка основних виробничих фондів
ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)

Щодо оцінювання поточних зобов'язань ТОВ «Медіацентр «Свіча», то варто відзначити, що дебіторська заборгованість у 2020 р. становила 21,6 тис.грн., тобто на 13,5 тис.грн. збільшилась порівняно з 2019 р. Це ж стосується і кредиторської заборгованості у 2020 р. відзначено 109,4 тис.грн., що на 57,8 тис.грн. збільшено порівняно з попереднім роком (рис. 2.4).

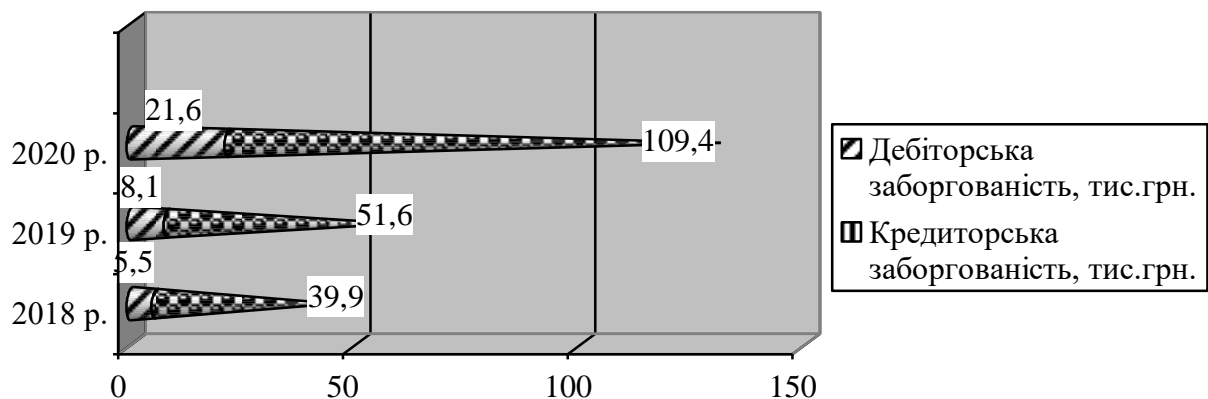
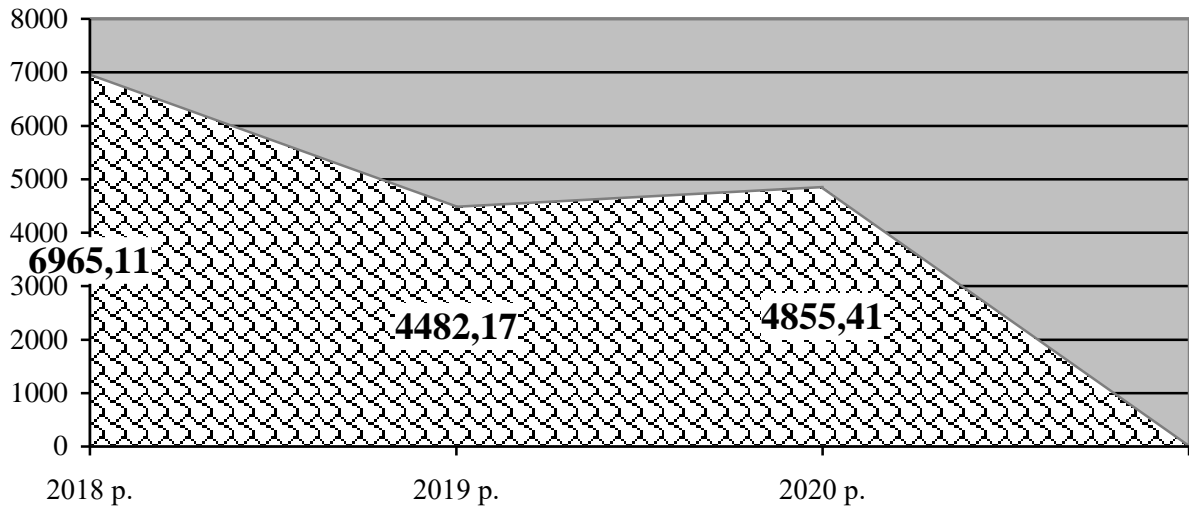


Рисунок 2.4 – Динаміка поточних зобов'язань
ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)

На основі опрацьованої фінансової звітності, можна зробити висновок, що ТОВ «Медіацентр «Свіча» аналогічна негативна динаміка і стосується показників нарахування єдиного внеску. Щодо досліджень сплати загальної суми нарахованої заробітної плати товариства то у 2018 р. становило 54940,37 грн., у 2019 р. 35128,42 грн., а у 2020 р. 25116,8 грн., що на -28,5 % менше порівняно з 2019 р. Оцінюючи загальну суму єдиного внеску, що підлягає сплаті динаміка мала діаметрально протилежні показники зокрема у 2019 р. 4482,17 грн., а у 2020 р. 4855,41 грн., що на 373,24 тис.грн. у порівнянні з попереднім роком. Даній динаміку представлено у табл. 2.5 та рис. 2.5-2.6. На основі чого на рис. 2.7 подано наочне зображення співвідношення нарахування заробітної плати та єдиного внеску ТОВ «Медіацентр «Свіча» за 2020 р.

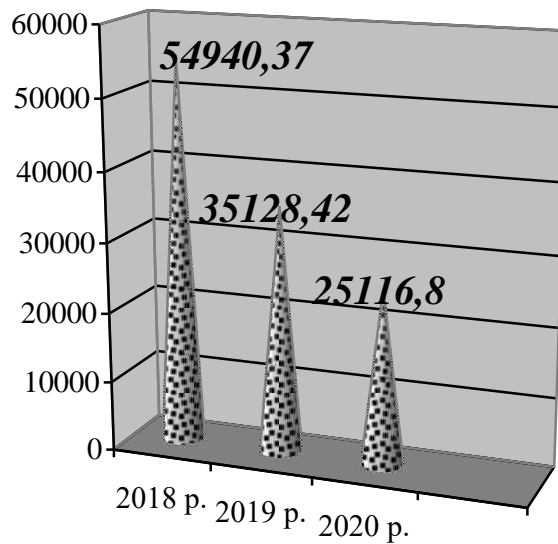
Таблиця 2.5 – Динаміка нарахування єдиного внеску ТОВ «Медіацентр «Свіча» за 2018-2020 рр., грн.

Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення			
				2018 / 2019 рр.		2019 / 2020 рр.	
				+/-	%	+/-	%
Загальна сума нарахованої заробітної плати	54940,37	35128,42	25116,8	-19811,9	-99,9	-10011,62	-28,5
Сума нарахованої заробітної лати, на яку нараховується єдиний внесок	54940,37	53128,42	33494,64	-1811,95	-3,3	-19633,78	-36,9
Загальна сума єдиного внеску, що підлягає сплаті	6965,11	4482,17	4855,41	-2482,94	-35,6	373,24	8,33



Загальна сума єдиного внеску

Рисунок 2.5 – Динаміка нарахування єдиного внеску
ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)



Загальна сума нарахованої заробітної плати

Рисунок 2.6 – Динаміка нарахування заробітної плати
ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2018-2020 рр. (тис. грн.)

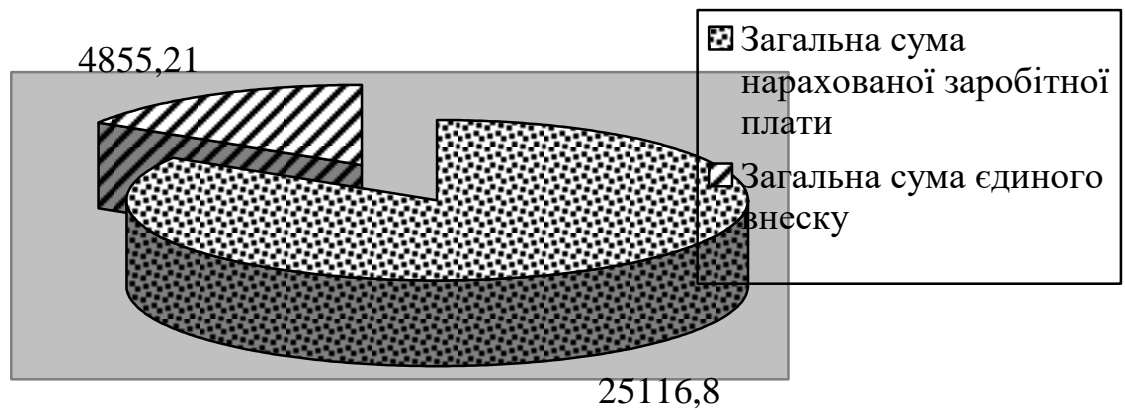


Рисунок 2.7 – Співвідношення нарахування заробітної плати та єдиного внеску ТОВ «Медіацентр «Свіча», 2020 р. (грн.)

Продовжимо досліджування виробничо-господарської діяльності ТОВ «Медіацентр «Свіча» із застосуванням програмного продукту Excel, а саме комплексне оцінювання основних засобів. Дані розрахунки здійснимо наступному алгоритмі: Вибираємо в якості засобу рішення задачі з визначення коефіцієнта оновлення програмний продукт «Excel». Даний програмний продукт дозволяє вирішити поставлену задачу шляхом створення відповідної програми. Також є можливість створювати наочний матеріал про зміну відповідних показників у вигляді активних графіків і діаграм.

Даний коефіцієнт розраховується за формулою 2.1:

$$Ko = Hp/V \quad (2.1)$$

Наша задача складається з обчислення коефіцієнта оновлення основних засобів ТОВ «Медіацентр «Свіча» за відповідною формулою за два останні роки тобто 2019-2020 рр.

Таблиця 2.6 – Вхідні дані для розрахунку коефіцієнта оновлення основних засобів ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Вхідні дані	Роки		Ідентифікатор
	2019 р.	2020 р.	
Сума надходжень основних засобів на підприємстві, тис.грн.	91,8	91,8	<i>Нр</i>
Залишкова вартість основних засобів на кінець року, тис.грн.	63,3	67,5	<i>Вз</i>
Вихідні дані			
Коефіцієнт оновлення основних засобів підприємства			<i>Ко</i>

Тому при використанні програмного продукту «Excel» доцільно працювати з таблицями: в комірках вхідних даних розміщувати необхідні цифри з документів у додатках, а у комірках вихідних даних розміщувати формули обчислення. За результатами вихідних комірок в автоматичному режимі будуть будуватися відповідні діаграми. Отже, план рішення задачі матиме наступний вигляд:

1. Побудова загального вигляду таблиці рішення задачі.
 2. Заповнення комірок вхідними даними.
 3. Створення електронного коду реалізації формул рішення.
 4. Розміщення електронного коду формул розрахунку коефіцієнта оновлення основних засобів у комірках вихідних даних.
 5. Створення залежної таблиці вихідних даних (даних коефіцієнта оновлення основних засобів за останні два роки) для побудови діаграми.
 6. Побудова активної діаграми по відповідній таблиці вихідних даних.
- Будуємо відповідну блок-схему рішення поставленої задачі. Блок-схема, що передбачає відображення усіх складових частин рішення задачі представлена на рис. 2.7.

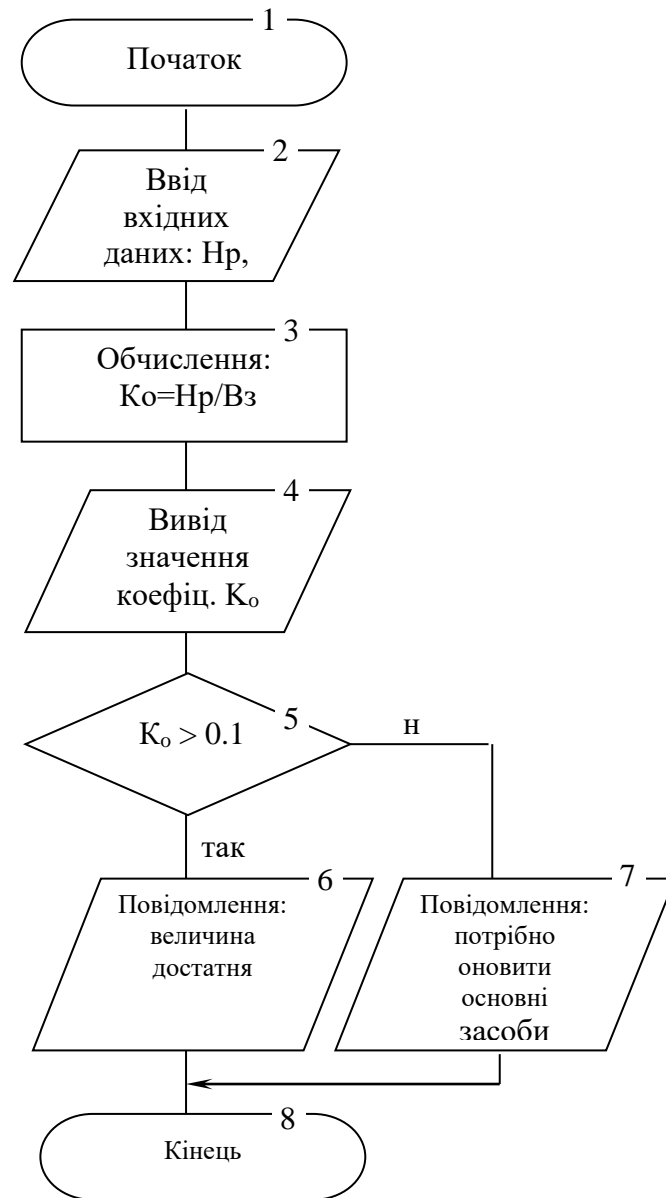


Рисунок 2.7 – Блок-схема рішення задачі

Для створенням програмного коду потрібно створити в «Excel» таблицю рішення. В нашому випадку вона буде відповідати таблиці вхідних та вихідних даних.

Вхідні дані	2019р.	2020р.	Ідентифікатор
Сума надходжень основних засобів на підприємстві	91,8	91,8	Нр
Залишкова вартість основних засобів на підприємстві	63,3	67,5	Вз
Вихідні дані			
Коефіцієнт оновлення основних засобів на підприємстві	1,4	1,36	Ко
Висновок	Коефіцієнт оновлення є достатнім за аналізований пє 2019-2020рр.		

Рисунок 2.8 – Фотографія екрану таблиці для розв’язку задачі
ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Після розробки таблиці для розв’язку задачі в результируючих комірках C10, D10 потрібно прописати програмний код відповідно до формули рішення:

У комірці C10: $= C7/C8$

У комірці D10: $= D7/D8$

Для виведення повідомлення (висновку) про відповідність значення коефіцієнта оновлення основних засобів допустимим значенням потрібно в комірках C12, D12 прописати відповідних код:

У комірці C12: $= \text{ЕСЛИ}(C10>0,1); \text{«Коефіцієнт оновлення є достатнім»}; \text{«Коефіцієнт оновлення є недостатнім»}$

Аналогічно для комірки D12.

Також побудуємо діаграму відносної зміни значень коефіцієнта оновлення основних фондів підприємства. Для цього після розрахункової таблиці створюється таблиця, в комірках якої вписуються адреси результируючих комірок таблиці розрахунку.

По даній таблиці будується діаграма відносної зміни значення коефіцієнта: необхідно виділити таблицю курсором мишки та вибрати відповідну кнопку. Після створення програми її можливо використовувати для розрахунку значень коефіцієнта оновлення основних фондів підприємства шляхом введення вхідних даних у відповідні комірки. В нашому випадку результат розрахунку має наступний вигляд:

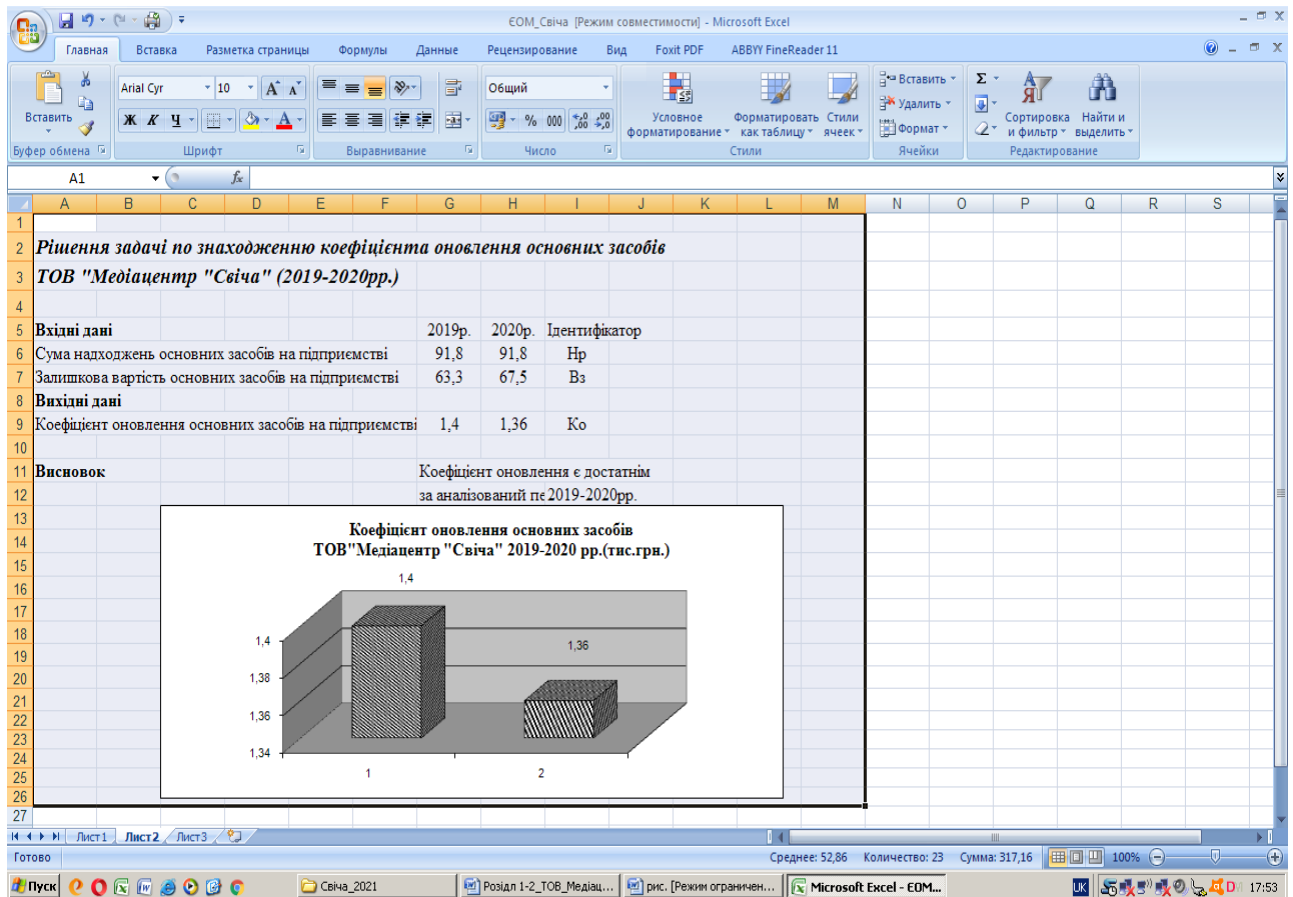


Рисунок 2.9 – Фотографія підсумкових даних екрану розв’язку задачі дослідження коефіцієнта оновлення основних засобів ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Згідно вище описаного рисунку слід відзначити, що коефіцієнт оновлення основних засобів ТОВ «Медіацентр «Свіча» є достатнім, але необхідно також завжди модернізувати обладнання, оскільки спостерігається оновлення технологій, а це значно покращить економічну ефективність досліджуваного підприємства.

2.3 Комплексна оцінка організації управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Встановлено, що для системи управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» характерні такі принципи функціонування:

1. Залучення працівників друкарні до планування та управління виробничим процесом;
2. Здійснення безперервності планування.

Організаційна структура ТОВ «Медіацентр «Свіча» побудована на основі функціонального принципу, взаємодія між працівниками по горизонталі практично не здійснюється, внаслідок чого кожний працівник працює відокремлено від інших. Це викликає безліч труднощів у процесі управління. Не здійснюється безперервний контроль та облік виконання планових завдань, відсутній безперервний контроль за процесом виробництва. Негативними наслідками такого підходу є можливе формування «вузьких місць», що може призвести до порушення виконання планів. Внаслідок порушень в управлінні ТОВ «Медіацентр «Свіча», що використовують ERP систему, оскільки можна спостерігати, що сучасні засоби не формують реальної картини процесу виробництва через те, що інформація не заноситься вчасно й у повному обсязі. Це не дозволяє одержувати переваги використання комп'ютерних систем.

На ТОВ «Медіацентр «Свіча» менеджер відзначив труднощі із забезпеченням виконання виробничої програми необхідними ресурсами. Ці труднощі обумовлені практичною відсутністю міжфункціональної взаємодії працівників і наявністю різних цілей. Менеджер досліджуваної друкарні відзначив, що застосовувані методи управління не удосконалюються або удосконалюються епізодично. Доведено, скорочення обсягу запасів застосовується.

На ТОВ «Медіацентр «Свіча» виокремлено наступні етапи системи управління:

- Етап 1. Пошук обмеження системи;
- Етап 2. Рішення щодо використання обмежень системи;

Етап 3. Підпорядкувати все інше цьому рішенні;

Етап 4. Розширити обмеження системи;

Етап 5. Якщо обмеження усунуте, повернутися до етапу 1, але не дозволити до виникнення обмеження системи.

Огляд системи управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» показав, що методи вибираються залежно від цілей друкарні, умов внутрішнього й зовнішнього середовища, типу виробництва, культурних традицій колективу та інших факторів.

Обґрунтовано, що система управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» відповідає сучасним ринковим умовам, а саме: має високу гнучкість виробництва; наявність високих технологій виробництва та надання послуг; враховує конкуренцію; враховує рівень обслуговування клієнтів; бере до уваги необхідність обліку невизначеності зовнішнього середовища; враховує рівень розвитку інформаційних технологій і ін.

Встановлено, що ТОВ «Медіацентр «Свіча» концентрує й через свою діяльність реалізує практично всі економічні інтереси, що виникають у процесі надання послуг. Досліджуване товариство має численні складні взаємозв'язки з навколишнім середовищем, і її успіх у значній мірі залежить від того, хто і як регулює й контролює ці зв'язки.

З практичної точки зору ТОВ «Медіацентр «Свіча» в процесі дослідження систему управління здійснює:

- формування критеріального розподілу оцінювання управління підприємством;
- аналізу інноваційного потенціалу підприємства ринку;
- аналізу організаційної структури;
- оцінка соціальної ефективності пропонованих проєктів;
- діагностика проєктних ризиків.

Організаційна структура управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» можна охарактеризувати за наступними критеріями, що представлення на рис. 2.10.

ПОКАЗНИКИ	ХАРАКТЕРИСТИКА
адаптивність	структура ТОВ «Медіацентр «Свіча» дозволяє швидко і якісно реагувати на зміни зовнішнього середовища, такі як коливання рівня попиту, зміна потреб споживачів, підвищення вимог до якості послуг та продукції зокрема
адекватність	організаційна структура ТОВ «Медіацентр «Свіча» є оптимальною для даного розміру даної редакції, форми власності і обсягах наданих послуг
спеціалізація	кожен відділ ТОВ «Медіацентр «Свіча» має своє коло обов'язків, вони переплітаються з обов'язками інших відділів в разі необхідності
надійність	на ТОВ «Медіацентр «Свіча» існує налагоджений прямий і зворотній комунікаційний зв'язок, що дозволяє достовірно передавати інформацію по всіх рівнях управління.
економічність	для підприємства ТОВ «Медіацентр «Свіча» вигідно утримувати існуючий апарат управління, тому що при існуючій формі організаційної структури вдається виконувати весь обсяг послуг.

Рисунок 2.10 – Загальна характеристика структури управління
ТОВ «Медіацентр «Свіча»

На ТОВ «Медіацентр «Свіча» відзначено як демократичний стиль управління, оскільки є досить високий ступінь децентралізації влади, самоконтроль в процесі функціональних обов'язків та контролювання керівництва при їх завершенні, простота у спілкуванні та активна участь

підлеглого персоналу у проєктних рішеннях та політика стимулювання.

Для аналізування обов'язків і відповідності фактично виконуваних видів управлінської роботи діючим на підприємстві регламентам складаю матрицю функцій управління у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Структурна матриця функцій організації управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Функціональні керівники	Директор (редактор)	Головний менеджер	Головний бухгалтер	Менеджер по роботі клієнтами
Їх функції щодо управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»				
Організаційні питання	+	+	+	+
Домовленість про підписання договорів	+		+	+
Відповідальність за веденням обліку на товаристві		+	+	
Організація розробки проєктів договорів на виконання робіт та послуг		+		+
Розробка наказів і розпоряджень для досягнення цілей підприємства	+			+
Контроль за наданням послуг		+		+
Організація замовлення матеріально-технічних ресурсів	+			+
Мотивація працівників	+	+		
Контроль за роботою комунікацій на підприємстві	+			

Доведено, що на основі даного матричного функціонального розподілу ТОВ «Медіацентр «Свіча» є чіткий розподіл обов'язків та функцій управління також є розподілені.

Проведемо розрахунок коефіцієнта повноти охоплення функцій:

$$K_{\text{по}} = R_{\text{ф}}/R_{\text{н}}, \quad (2.2)$$

де $K_{\text{по}}$ – коефіцієнт повноти охоплення функцій;

$R_{\text{ф}}$ – перелік фактично виконаних робіт;

R_n – перелік робіт, що регламентуються.

Директор (редактор) $K_{по} = 6/6=1$;

Головний менеджер $K_{по} = 5/3=1,66$;

Головний бухгалтер $K_{по} = 3/3=1$;

Менеджер по роботі з клієнтами $K_{по} = 6/4=1,55$;

На ТОВ «Медіацентр «Свіча» є вертикальні та горизонтальні комунікаційні взаємозв'язки, а також неформальний стиль ведення перемовин. Отже, основним недоліком в організації управлінні досліджуваного товариства є нечіткість структуризації функціональних обов'язків, на основі чого є перезавантаженість роботою.

Дослідження організаційного ведення бізнесу на основі теоретичного знання й практичного досвіду є міжнародний досвід партнерів. Це відзначено у роботі менеджерів, специфіці структури організаційно-правової форми. Метою економічної стабільності ТОВ «Медіацентр «Свіча» є її ефективність діяльності в умовах ринку нерозривно пов'язаних з її безперервним удосконалюванням і розвитком. При цьому вдосконалювання організації повинне здійснюватися за принципом адаптації до зовнішнього середовища. У цей час найбільш прослідковуються фактори, що визначають необхідність постійного вдосконалювання й адаптації організації. До них відносяться: ринок збуту продукції й види послуг; фінансовий ринок; ринок праці; навколишнє середовище. Без обліку цих факторів неможливо планувати стратегію фірми. Тому успіх управління залежить від здатності швидко адаптуватися до зовнішніх змін. У постійному прагненні підтримувати на належному рівні управління умовам зовнішнього середовища полягає принцип адаптивності.

В сучасних умовах ТОВ «Медіацентр «Свіча» повинне перебувати в стані безперервних перспектив розвитку. Щоб це забезпечити, необхідно проводити дослідження тенденцій і можливостей, здійснювати вибір альтернатив і напрямків розвитку.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ТОВ «МЕДІАЦЕНТР «СВІЧА»

3.1 Проектний захід щодо впровадження посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»

В даному розділі як проектна пропозиція є те, що нами запропоновано впровадження посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча» основною метою є розробка та впровадження рекомендаційних аспектів щодо удосконалення управління організацією. На нище зазначеному рис. 3.1 нами представлено структурно-логічні взаємозв'язки та позицію проектної посади менеджера з реклами в організації.

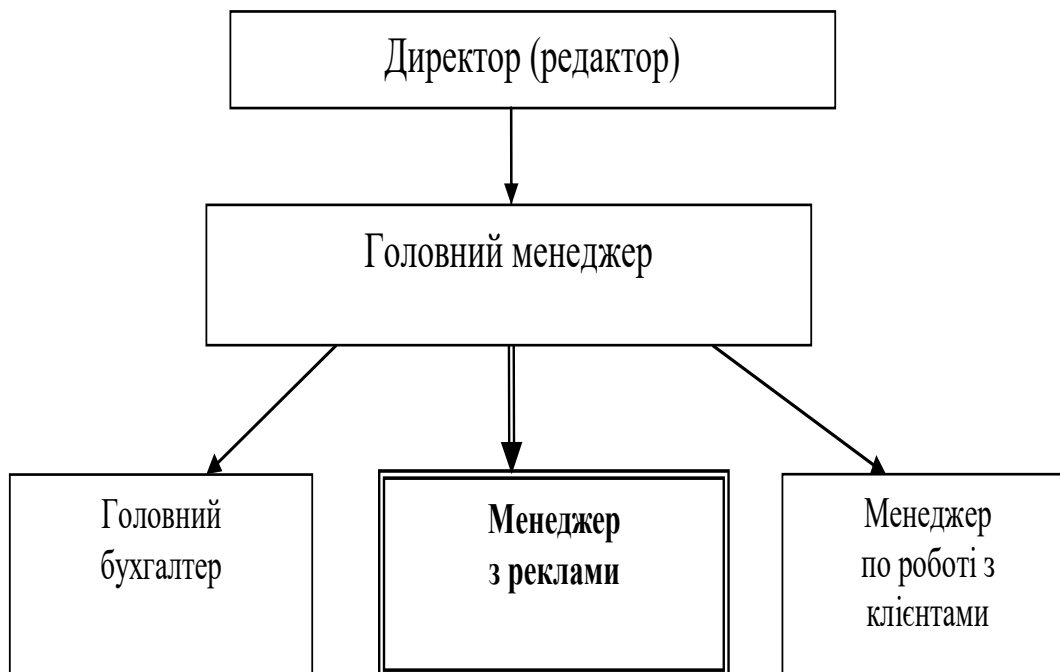


Рисунок 3.1 – Проектна організаційна структура
ТОВ «Медіацентр «Свіча»

[розробка автора]

Основні завдання та функціональні обов'язки менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча» (рис. 3.2).

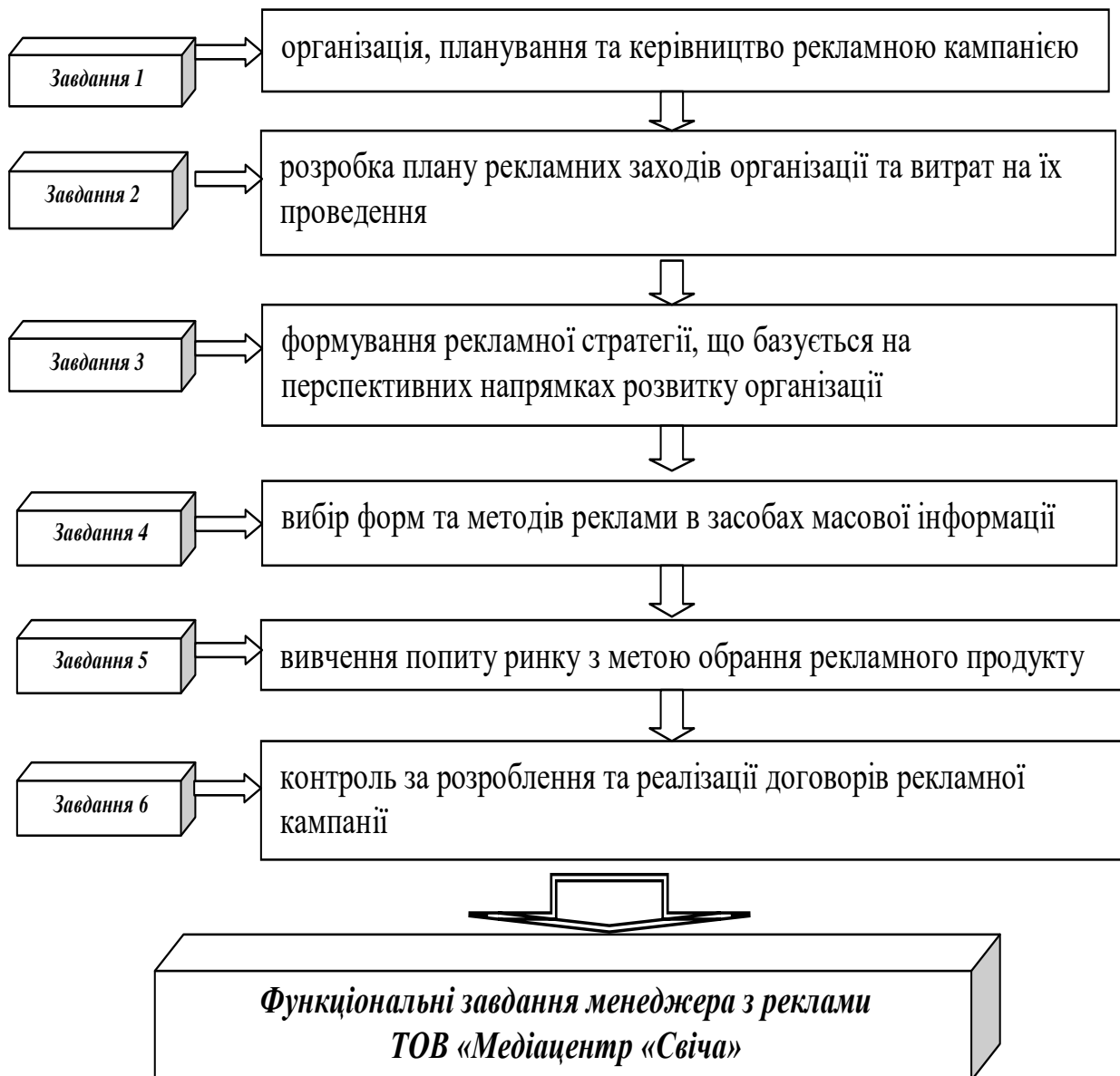


Рисунок 3.2 – Прогнозовані обов'язки менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»

[розробка автора]

Із урахуванням специфіки роботи ТОВ «Медіацентр «Свіча» варто відзначити, що в загальній структурі організації відносно невелика кількість

працівників (чотири чол.), саме тому будуть надзвичайно активні комунікаційні зв'язки із усіма членами організації.

Нами враховано, що для реалізації додаткової посади менеджера з реклами для удосконалення управління є обладнання надзвичайно високої якості та функціональних характеристик. На інші витрати необхідно спрогнозувати наступні види витрат – це придбання комп'ютера (18000 грн.), 1-го принтера – 4420 грн. У своїй роботі менеджер з реклами користуватиметься новітніми програмами продуктами MS Office, MS Subject та іншими програми для удосконалення управлінських рішень – 3000 грн. Разом: 25420 грн.

Наступним етапом є врахування експлуатаційних витрат проектної посади ТОВ «Медіацентр «Свіча», зокрема витрати на електроенергію – 270 грн. в місяць, витрати на канцелярську продукцію – 1000 грн. в місяць (папір, заправка картриджу, флешка та ін.). Разом: 1270 грн. Щодо заробітної плати менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча» в місяць – 8800 грн. А саме, загальні витрати забезпечення посади 10070,0 грн. Представлену інформацію подано у нище зазначеній табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Прогнозовані витрати на забезпечення менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Назва витрат	Сума, грн.
Витрати на придбання комп'ютерної і обчислювальної техніки	25240,0
<i>Разом капітальних витрат</i>	25240,0
Поточні експлуатаційні витрати	12840,0
Витрати на оплату праці	105600,0
Нарахування на зарплату менеджера з реклами	23232,0
<i>Разом поточних витрат</i>	141672,0
ВСЬОГО	166912,0

Встановлено, щоб реалізувати даний захід спрогнозовано тривалістю 30 днів ТОВ «Медіацентр «Свіча» із застосуванням представленої послідовності робіт (табл. 3.2, рис. 3.3).

Таблиця 3.2 – Основні етапи удосконалення організаційної структури ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№ з\п	Назва запланованих робіт	Кіл-сть днів	Відповідальний
А	Початок події		
1	Підготовка плану реорганізації структури управління ТОВ «Медіацентр «Свіча»	5	Директор (редактор)
2	Перегляд положення про структурні підрозділи досліджуваної організації	3	Головний менеджер
3	Перегляд функціональних обов'язків працівників досліджуваної організації	5	Головний менеджер
4	Пошук кандидатури на посаду менеджера з реклами	17	Менеджер по роботі з клієнтами
Б	Завершення події		

Послідовність основних етапів впровадження проєктних рішень представимо у наступному сітковому графіку.

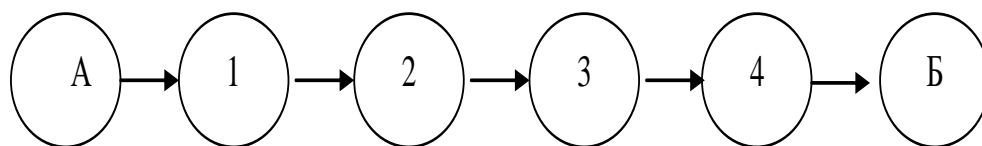


Рисунок 3.3 – Структурно-логічна послідовність впровадження удосконалення організаційної структури ТОВ «Медіацентр «Свіча»

[розробка автора]

З метою деталізованої сутності функціональних обов'язків працівників обґрунтовано основні завдання ТОВ «Медіацентр «Свіча» (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Функціональні обов'язки працівників щодо впровадження менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№	Перелік учасників	Функції
1.	Директор (редактор)	– надання необхідної документації та інформації для реалізації проєкту щодо створення нової посади; – контроль за виконанням реалізації проєктних рішень;
2.	Головний менеджер	– підготовка необхідної документації, а також договорів для реалізації проєктних рішень;
3.	Менеджер по роботі з клієнтами	– підбір кадрів для менеджера з реклами;
4.	Головний бухгалтер	– ведення фінансової звітності щодо реалізації проєктних рішень.

Для обґрунтування даного проєктного рішення варто провести комплексне оцінювання впровадження посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча» згідно прогнозованих показників ефективності: чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, період окупності.

Слід відзначити, що при реалізації комплексу заходів щодо удосконалення управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» розроблених менеджером з реклами очікується значне зростання обсягу реалізації продукції за 2022 р. Проводячи оцінку здійснених вище розрахунків капітальних витрат будуть – 166,9 тис.грн.

Здійснимо розрахунок грошового потоку:

$$ГП = Д + А \quad (3.1)$$

де $Д$ – дохід

$А$ – амортизаційні відрахування

$$ГП = 157007 + 15200 = 141,8 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо теперішню вартість:

$$TB = \frac{ГП}{(1 + R)^t} \quad (3.2)$$

де $ГП$ – грошовий потік за певний період, тис.грн.

R – річна процентна ставка, %

$$TB1 = \frac{141,8}{(1 + 0,2)^1} = 118,2 \text{ тис.грн.}$$

$$TB2 = \frac{141,8}{(1 + 0,2)^2} = 98,47 \text{ тис.грн.}$$

$$TB3 = \frac{141,8}{(1 + 0,2)^3} = 83,41 \text{ тис.грн.}$$

$$TB4 = \frac{141,8}{(1 + 0,2)^4} = 65,5 \text{ тис.грн.}$$

$$TB5 = \frac{141,8}{(1 + 0,2)^5} = 56,72 \text{ тис.грн.}$$

$$\sum TB = 118,2 + 98,47 + 83,41 + 65,5 + 56,72 = 638,97 \text{ тис.грн.}$$

Проведемо розрахунок періоду окупності.

За перший рік окупиться 118,2 тис.грн. Тоді залишиться окупити за наступний період:

$$166,9 - 118,2 = 48,7 \text{ тис.грн.}$$

Проведемо розрахунок залишку суми, що варто окупити:

$$\frac{48,7}{98,47} * 12 = 0,5 \text{ міс.}$$

Дисконтований період окупності – 1 рік 1 міс.

Чиста теперішня вартість розрахуємо згідно формули:

$$ЧТВ = \sum ТВ - ІІІ \quad (3.3)$$

де $ТВ$ – теперішня вартість майбутніх грошових потоків;

$ІІІ$ – початкові інвестиції, тис.грн.

$$ЧТВ = 638,97 - 166,9 = 472,07 \text{ тис.грн.}$$

Індекс прибутковості розрахуємо згідно формули:

$$ІІІ = \frac{ТВ}{ІІІ} \quad (3.4)$$

$$ІІІ = \frac{638,97}{166,9} = 3,8$$

Згідно проведених розрахунків доведено, що при удосконаленні організаційної структури, а саме доведення необхідності посади менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча» вважаємо ефективним, оскільки індекс прибутковості – 3,8.

Таблиця 3.4 – Прогнозований економічний ефект щодо впровадження менеджера з реклами ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№ з\п	Показник	Результат
1.	Додатковий прибуток, тис.грн.	141,8
2.	Річний грошовий потік, тис.грн.	638,97
3.	Термін окупності, роках	1,1
4.	Чиста теперішня вартість, тис.грн.	472,07
5.	Індекс прибутковості	3,8

Згідно проведених розрахунків табл. 3.4 встановлено про високу ефективність та результативність впровадження даного проектного рішення ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Резюмуючи встановлено, що надзвичайної актуальності для ТОВ «Медіацентр «Свіча» є впровадження комплексу заходів щодо посади менеджера з реклами, що дасть змогу підвищити рівень організації управління в сучасних умовах.

3.2 Економічне обґрунтування рекламної кампанії як вектор зміцнення управління товариством

Проектна рекламна кампанія ТОВ «Медіацентр «Свіча» – це розробка комплексу рекламних заходів, що є об'єднаними однією метою та зосередженими на чітку сформовану цільову аудиторію.

Цілями забезпечення рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»:

- довести інформацію товариство;
- довести у необхідності послуг товариства;
- інформування споживачів про послуги.

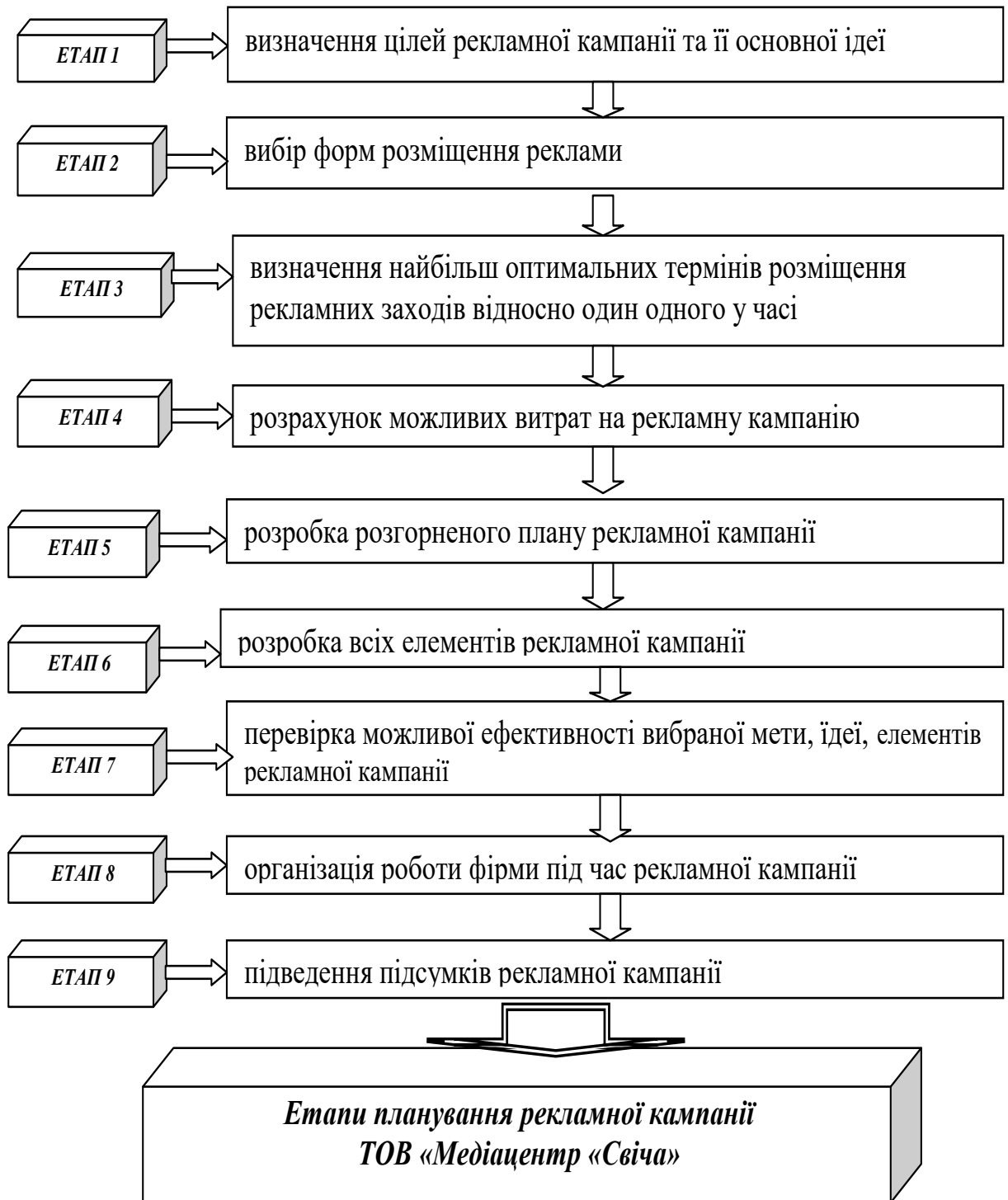


Рисунок 3.5 – Етапи рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»
[розробка автора]

Результативність рекламної кампанії залежить від типу реклами яку застосує друкарня. Саме тому рекламу необхідно зосереджувати, якою користуються покупці. Доведено, що кожен ринок має свої уподобання,

переваги та особливостях розподілу продукції. Так, реклама в газеті, радіостанції є можливість проінформованості споживачів на регіональному та національному рівнях. Отже, для реалізації проєкту рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча» нами врахувати основні загрози.

Таблиця 3.5 – Загрози проєкту рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№	Аспект діяльності	Загрози
1	Внутрішньо-економічний	Помилки при проведенні розрахунків по фінансово-господарській діяльності товариства
2	Соціальний	Звільнення працівників за особистим бажанням
3	Виробничий	Отримання неякісної продукції призводить до збільшення витрат
4	Науково-технологічний	Нестача коштів для покращення, модернізації та придбання нових сучасних технологій
5	Управлінський	Незнання вітчизняного та міжнародного досвіду щодо управління товариством в цілому
6	Інформаційний	Недостатня інформація щодо конкурентів

Головною метою реклами – отримання збільшення попиту на друковану продукцію та захоплення більшої частки ринку, а також підвищення рівня результативності функціонування товариства. В таких умовах функціонування варто організувати рекламу, яка призведе для ТОВ «Медіацентр «Свіча» збільшення обсягу реалізації продукції та послуг в томк числі. Вважаю, що рекламу досліджуваного товариства розпочнемо з поштової розсилки та газетної реклами. В кінцевому результаті необхідно, щоб на ТОВ «Медіацентр «Свіча» було сформовано позитивний імідж, інформування споживачів про якісні характеристики друкової продукції тощо. Наступним етапом наших

проектних розрахунків є формування прогнозованого кошторису витрат на забезпечення реалізації рекламної кампанії досліджуваної друкарні (табл.3.6).

Таблиця 3.6 – Кошторис прогнозованих витрат на реалізацію рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»

Стаття витрат	Вартість, грн.
1. Матеріальні витрати:	
– на розробку проектної документації по забезпеченню рекламної кампанії	3500
– на розробку плану забезпечення ресурсами	2500
2. Витрати за виконані роботи або надані послуги зі сторони:	
– оформлення дизайну реклами для представлення в ЗМІ	4500
– на виготовлення презентаційних буклетів	6000
3. Розміщення реклами в газеті «Афіша ПРИКАРПАТТЯ»	8400
4. Розміщення оголошення в газеті «Галицький кореспондент»	8600
5. Розсилка поштою	2500
6. Інші види	1000
РАЗОМ ВИТРАТ	37000

На основі даної табл. 3.6 нами передбачено основні заходи за допомогою яких ми проведемо рекламну кампанію ТОВ «Медіацентр «Свіча» із вище зазначеного переліку на прогнозований період 2021-2022 рр. Для реалізації проектних заходів необхідно забезпечити планові витрати в наступному обсязі 37000 грн. Нами враховано наявні кошторисні витрати на

проведення рекламної кампанії, а також у табл. 3.7 представлено план графік реалізації даних рішень.

Таблиця 3.7 – План графік реалізації рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»

	Вид робіт	Терміни виконання робіт по проведенні рекламної кампанії					
		2021 рік				2022 рік	
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.
1.	Розміщення реклами в газеті «Афіша ПРИКАРПАТТЯ»			30.09.	31.12.	31.03.	30.06.
2.	Розміщення оголошення в газеті «Галицький кореспондент»			30.09.	31.12.	31.03.	30.06.
3.	Розсилка поштою			30.09.		31.03	
4.	Інші види			30.09.	31.12.		30.06.

Нами відзначено, що варто провести засоби стимулювання збуту друкованої продукції на основі проведення нарахування бонусів працівникам ТОВ «Медіацентр «Свіча», що буде основним напрямком підвищення рівня результативності досліджуваної друкарні. На ТОВ «Медіацентр «Свіча» запропоновано реалізацію мотивуючої системи на основі двох компонент:

- система стабільного функціонування, яка визначає застосування короткотермінових стимулів (премій), що нараховуватимуться один раз на місяць (квартал) у тому випадку, коли відбудеться отримання проєктних фінансових результатів;

- проєктна, яка визначає стимулювання менеджера на основі виконання проєкту визначеного етапу, а також реалізація досягнутої цілі.

На основі проведених досліджень доведено, що на ТОВ «Медіацентр «Свіча» необхідно застосувати основні стимулюючі засоби для покупців:

- грошові знижки, які є прямопропорційними до прихильності певних споживачів;

- реалізація друкованої продукції у кредит.

Загальна оцінка ефективної рекламної кампанії є надзвичайно складним процесом враховуючи те, що надсягнення успіху мають вплив 4-и компоненти маркетингового комплексу ТОВ «Медіацентр «Свіча».

Теперішню вартість проведемо розрахунок згідно формули (3.2) :

$$TB1 = \frac{37000}{(1+0,2)^1} = 36274,5 \text{ грн.}$$

$$TB2 = \frac{37000}{(1+0,2)^2} = 25694,4 \text{ грн.}$$

$$TB3 = \frac{122800}{(1+0,2)^3} = 21764,7 \text{ грн.}$$

$$TB4 = \frac{122800}{(1+0,2)^4} = 17874,4 \text{ грн.}$$

$$TB5 = \frac{122800}{(1+0,2)^5} = 14800 \text{ грн.}$$

$$\sum TB = 36274,5 + 25694,4 + 21764,7 + 17874,4 + 14800 = 116408 \text{ грн.}$$

Період окупності:

Так, за 1-й рік окупиться 36274,5 грн., а за 2-й рік залишок для окуплення становитиме:

$$37000 - 36274,5 = 725,5 \text{ грн.}$$

Розрахуємо, необхідну суму частки 2-го року варто витратити для повного окуплення інвестиційних ресурсів:

$$\frac{725,5}{25694,4} * 12 = 0,1 \text{ міс.}$$

Дисконтований період окупності складатиме – 1 рік 1 міс.

Чисту теперішню вартість розрахуємо згідно формули (3.3):

$$ЧТВ = 116408 - 37000 = 79408 \text{ грн.}$$

Індекс прибутковості визначимо на основі формули (3.4):

$$ІІІ = \frac{116408}{37000} = 3,1$$

Таблиця 3.8 – Прогнозована економічна ефективність щодо реалізації рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча»

№ з\п	Показник	Результат
1.	Річний грошовий потік, грн.	116408
2.	Термін окупності, роках.	1,1
3.	Чиста теперішня вартість, грн	79408
4.	Індекс прибутковості	3,1

Резюмуючи відзначаємо, що згідно даних розрахунків можна стверджувати про високу результативність проєктних рішень рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча», адже індекс прибутковості становитиме 3,1.

Цільовими напрямками у 2022 році для ТОВ «Медіацентр «Свіча» визначено:

– покращення економічного становища товариства на основі підвищення рівня якісних характеристик друкованої продукції;

- інформувати споживачів про діяльність даної друкарні в результаті проведеної рекламної кампанії;
- збільшення ринку збуту друкованої продукції;
- підвищення рівня рентабельності на 5 %;
- підвищення реалізації продукції на 11%;
- реалізувати ефективну політику розподілу друкованої продукції на основі розробки маркетингової стратегії;
- провести диверсифікацію видів діяльності досліджуваної друкарні.

Вважаємо, що вище зазначені орієнтири розвитку ТОВ «Медіацентр «Свіча» дадуть змогу підвищити високу результативність функціонування.

3.3 Прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку досліджуваної друкарні

Розглянемо процес побудови прогнозу з інтервалами довіри ТОВ «Медіацентр «Свіча». Візьмемо для розгляду для практичного застосування статистичні дані за 10 місяців (табл. 3.9), необхідно отримати прогноз обсягів роздрібного продажу друкованої продукції. Для спрощення використаємо лінійну форму залежності та обмежимося впливом лише одного фактору: проектними витратами на рекламу. Таким чином, рівень продажу тут – досліджуваний процес Y_t , а витрати на рекламу – впливовий фактор X_t :

$$Y_t = b_0 + b_1 \cdot X_t. \quad (3.5)$$

Регресійна модель розраховується за допомогою *Аналізу даних* / (меню *Сервіс*) / *Регресія*.

Таблицю результатів виведемо на тому ж листі, на якому набрані початкові дані (рис. 3.6).

Таблиця 3.9 – Залежність обсягів продажу від витрат ТОВ «Медіацентр «Свіча» на рекламу

№	Місяць	Обсяги продажу Y , тис. грн.	Витрати на рекламу X , тис. грн.
1	Березень	25	2,5
2	Квітень	26	2,7
3	Травень	28	2,8
4	Червень	30	3,0
5	Липень	31	3,2
6	Серпень	33	3,5
7	Вересень	39	3,7
8	Жовтень	42	3,8
9	Листопад	45	4,0
10	Грудень	50	4,4

Таким чином, модель для прогнозу має вигляд:

$$\hat{Y}_t = 13,5854 \cdot X_t - 46,6016, \quad (3.6)$$

де \hat{Y}_t – обсяги продажу;

X_t – витрати на рекламу.

df	SS	MS	F	Значимость F
1	639,3312933	639,3312933	200,0355515	6,07379E-07
8	25,5687067	3,196088337		
9	664,9			

	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	-46,60161663	12,84540848	-3,627881254	0,006705579	-76,22318168	-16,98005158	-76,223182	-16,98005
Переменная X 1	13,58545035	0,960551038	14,1433925	6,07379E-07	11,37041568	15,80048501	11,3704157	15,800485

Рисунок 3.6 – Таблиця результатів розрахунку моделі ТОВ «Медіацентр «Свіча»

[розробка автора]

Відзначимо попутно, що незважаючи на довільний підбір вихідних даних для розрахунку, отримано задовільні значення t - і F - статистик моделі.

Припустимо, що у наступному місяці ТОВ «Медіацентр «Свіча» планує витратити на рекламу 4,6 тис. грн. Це дає змогу спрогнозувати обсяги продажу за цей же період:

$$\hat{y} = 13,5854 \cdot 4,6 - 46,6016 = 151,746 .$$

Оскільки значення “ Y ” у таблиці з вихідними даними вимірювалося в тис. грн., то точковий прогноз продажу складає 151 746 грн.

Для отримання інтервального прогнозу необхідно:

а) задати рівень довіри – нехай це буде 95%, або $P=0,95$ (рівень істотності $\alpha=0,05$ або 5%). Далі слід визначити відповідне значення коефіцієнта t_α (t -критерію Стьюдента). t_α розраховується залежно від числа f – числа ступенів свободи, яке в даному випадку визначається як різниця між кількістю спостережень $n=10$ і кількістю параметрів рівняння регресії, що оцінюється: для прямої лінії $l=2$.

$$f=n-l=10-2=8.$$

$t_\alpha=2,306$ можна визначити з довідкових таблиць або за допомогою статистичної функції *СТЬЮДРАСПОБР*.

б) розрахувати середнє значення \bar{X} :

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^{10} (X_i) / n = 133,6 / 10 = 13,36 .$$

в) розрахувати значення $\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$ для ряду спостережень за витратами на рекламу (табл. 3.10).

Таблиця 3.10 – Результати розрахунку \bar{X} і $\sum (X - \bar{X})^2$

Місяць	Витрати на рекламу X, тис. грн.	$X - \bar{X}$	$(X - \bar{X})^2$
Березень	2,5	-0,86	0,7396
Квітень	2,7	-0,66	0,4356
Травень	2,8	-0,56	0,3136
Червень	3,0	-0,36	0,1296
Липень	3,2	-0,16	0,0256
Серпень	3,5	0,14	0,0196
Вересень	3,7	0,34	0,1156
Жовтень	3,8	0,44	0,1936
Листопад	4,0	0,64	0,4096
Грудень	4,4	1,04	1,0816
	$\bar{X} = 3,36$		$\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 = 3,464$

г) вибрати з таблиці “Вывод итогов” (рис. 3.6) значення стандартної похибки регресії $s_{yx} \approx 1,788$ (комірка B23 напроти напису “Стандартная ошибка”);

д) розрахувати стандартну похибку прогнозу за формулою (3.7):

$$s_f = s_{yx} \sqrt{1 + \frac{1}{n} + \frac{(\hat{X} - \bar{X})^2}{\sum (X_i - \bar{X})^2}}; \quad (3.7)$$

$$s_f = 1,788 \sqrt{1 + \frac{1}{10} + \frac{(14,6 - 13,36)^2}{3,464}} = 2,221;$$

е) розрахувати припустиму похибку:

$$2,306 \cdot 2,221 = 5,122;$$

ж) визначити верхню та нижню межі інтервалу довіри:

$$\hat{y} \pm t \cdot s_f = 151,746 \pm 2,306 \cdot 2,221 = 151,746 \pm 5,122;$$

$$151,746 + 5,122 = 156,868 ;$$

$$151,746 - 5,122 = 146,624 .$$

Таким чином, з ймовірністю 95% можна стверджувати, що обсяги продажу ТОВ «Медіацентр «Свіча» у січні будуть знаходитися в межах від 146 624 грн. до 156 868 грн.

Наявність мінімального і максимального значень прогнозованого показника дозволяє розробити альтернативні варіанти стратегії дій ТОВ «Медіацентр «Свіча» з врахуванням можливих ситуацій на ринку.

Як підсумок, слід зауважити, що через малу вибірку (10 спостережень – це дуже мало для виявлення тенденції) велике значення коефіцієнта t_{α} (t-розподілу) істотно розширило інтервал довіри. Для його звуження необхідно використовувати значно ширшу статистичну базу. Якщо розмір вибірки є великим ($n = 30$ спостережень і більше), то для 5% рівня істотності цю величину можна приймати приблизно рівною 2. Тоді рівняння для визначення інтервалу прогнозних значень \hat{y} можна переписати у вигляді:

$$\hat{y} \pm 2 \cdot s_f . \quad (3.8)$$

Крім того, можна спробувати покращити якість моделі шляхом введення в неї інших істотних факторів, що впливають на обсяги продажу фірми.

Для розрахунку меж довірчого інтервалу в *Microsoft Excel* необхідно (рис. 3.7):

– для прогнозного періоду внести в електронну таблицю планові витрати фірми на рекламу (комірка D13) та розрахувати прогнозне значення показника \hat{Y} за формулою 3.8 (комірка C13);

№	Місяць	Обсяги продажу Y, тис. грн.	Витрати на рекламу x, тис. грн.	$\Sigma(X - \bar{X})^2$	Стандартна похибка прогнозу, s_f	Припустима похибка, $s_f \cdot t_\alpha$	Межі інтервалу довіри		
							верхня	нижня	
1									
2									
3	1	Березень	125	12,5					
4	2	Квітень	126	12,7					
5	3	Травень	128	12,8					
6	4	Червень	130	13					
7	5	Липень	131	13,2					
8	6	Серпень	133	13,5					
9	7	Вересень	139	13,7					
10	8	Жовтень	142	13,8					
11	9	Листопад	145	14					
12	10	Грудень	150	14,4					
13	11 (прогноз)		151,7459584	14,6	3,464	2,221345666	5,122432287	156,868391	146,62353
14			$\bar{X}=$	13,36		t_{α}	2,306004133		
15									
17	ВЫВОД ИТОГОВ								
18									
19	Регрессионная статистика								
20	Множественный R	0,980584027							
21	R-квадрат	0,961545034							
22	Нормированный R-квадрат	0,956738164							
23	Стандартная ошибка	1,787760705							
24	Наблюдения	10							
25									
26	Дисперсионный анализ								
27		df	SS	MS	F	Значимость F			
28	Регрессия	1	639,3312933	639,3312933	200,0355515	6,07379E-07			
29	Остаток	8	25,5687067	3,196088337					
30	Итого	9	664,9						
31									
32		Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
33	Y-пересечение	-46,60161663	12,84540848	-3,627881254	0,006705579	-76,22318168	-16,98005158	-76,223182	-16,98005
34	Переменная X 1	13,58545035	0,960551038	14,1433925	6,07379E-07	11,37041568	15,80048501	11,3704157	15,800485

Рисунок 3.7 – Розрахунок меж довірчого інтервалу в *Microsoft Excel*
[розробка автора]

- за допомогою статистичної функції *CP3HACH* розрахувати \bar{X} (комірка D14);
- у комірці E13 за допомогою статистичної функції *КВАДРОТКЛ* розрахувати $\sum (X - \bar{X})^2$ за формулою

$$=КВАДРОТКЛ(D3:D12;D14)$$
- у комірці F13 розрахувати стандартну похибку прогнозу за формулою (3.8):

$$=B23*КОРЕНЬ(1+1/СЧЁТ(A3:A12)+(14,6-D14)^2/E13)$$
- у комірці F14 допомогою статистичної функції *СТЬЮДРАСПОБР* визначити значення коефіцієнта t_α ;
- розрахувати, відповідно, верхню (комірка H13) та нижню (комірка I13) межі інтервалу довіри:

$$=C13+F14*F13$$

$$=C13-F14*F13$$

Отже, сучасні прогностні технології управління мають безпосередній вплив на економічний стан розвитку організації. При цьому на ТОВ «Медіацентр «Свіча» вирішують проблеми шляхом модернізації технологічного устаткування й комп'ютерних систем управління. Проте, найчастіше, заміна зношеного устаткування проводиться безсистемно й не завжди в тих місцях, де це, насамперед, необхідно. Такий підхід може приводити до дефіциту фінансових коштів і не привести в підсумку до підвищення ефективності функціонування друкарні. Крім того, в умовах недостатнього фінансування, безсистемна заміна устаткування є слабкою перешкодою для виробничої системи. Доцільно вносити зміни в існуючі методи управління друкарнею, удосконалювати процеси й операції, в іншому випадку технічні нововведення можуть призвести до додаткових пошуків витрат.

Для реалізації запропонованого проектного рішення ТОВ «Медіацентр «Свіча», на початкових етапах управління достатнє дотримання трьох основних принципів, закладених в основу концепції LM:

- принцип високої якості;
- принцип ЛТ;
- принцип безперервного покращення діяльності.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1 Основні завдання в галузі охорони праці

Одним з найбільш актуальних питань, які хвилюють людство сьогодні, є проблема охорони природи і раціональне використання природних ресурсів. Швидкі темпи науково технічного прогресу призводять до загострення цієї проблеми, яку більшість вчених планети схильні розглядати як проблему взаємодії в системі «суспільство-навколишнє середовище».

Відповідно до Закону України «Про охорону праці» (ст.44) державний нагляд за додержанням законодавчих та інших нормативних актів про охорону праці здійснюють: комітет по нагляду за охороною праці України; державний комітет України з ядерної та раціональної безпеки; органи державного пожежного нагляду управління пожежної охорони Міністерства Внутрішніх справ України; органи та заклади санітарно–епідемічної служби Міністерство охорони здоров'я України.

Державна політика в галузі охорони праці базується на таких принципах, що впливають зі статті 43 Конституції України:

- пріоритету життя і здоров'я працівників по відношенню до результатів виробничої діяльності підприємства;
- комплексного розв'язання завдань охорони праці на основі національних програм з цих питань та з урахуванням інших напрямків економічної і соціальної політики;
- соціального захисту працівників, повного відшкодування шкоди особам, які потерпіли від нещасних випадків на виробництві і професійних захворювань;
- встановлення єдиних нормативів з охорони праці для всіх підприємств, незалежно від форм власності і видів їх діяльності;

- використання економічних методів управління охороною праці, проведення політики пільгового оподаткування, що сприяє створенню безпечних і нешкідливих умов праці, участі держави у фінансуванні заходів;
- здійснення навчання населення, професійної підготовки і підвищення кваліфікації працівників з питань охорони праці;
- забезпечення координації діяльності державних органів, установ, організацій та об'єднань громадян, що вирішують різні проблеми охорони здоров'я, гігієни та безпеки праці, а також співробітництва і проведення консультацій між власниками та працівниками, між усіма соціальними групами при прийнятті рішень з охорони праці на місцевому та державному рівнях;
- міжнародного співробітництва в галузі охорони праці, використання світового досвіду організації роботи щодо поліпшення умов і підвищення безпеки праці [20, с. 68-70].

Виходячи із загальних завдань охорони праці, визначимо конкретні цілі, які слід досягнути: забезпечити належних, безпечних і здорових умов праці; забезпечити утримання в належному стані виробничого устаткування, будівель і споруд; забезпечити страхування працівників від нещасного випадку на виробництві та профзахворювання. Основними причинами виробничого травматизму та профзахворювання на підприємстві є: порушення вимог інструкцій, правил, норм, стандартів; старіння основних виробничих фондів, знос яких сягає 50 % і більше; помітне скорочення обсягів капітального і профілактичного ремонту промислових будівель, споруд, машин та обладнання; недосконалість захисних загороджень; підвищені рівні шуму; необережність; помилкові дії внаслідок втоми працівника через надмірну важкість і напруженість роботи; підвищений (вище ГДК) вміст в повітрі робочих зон шкідливих речовин. Для зниження травматизму працівників забезпечують спецодягом та засобами захисту від шуму: бірюши, навушники. На працюючому обладнанні встановлюють допоміжні засоби захисту від виробничих травм.

Також на ТОВ «Медіацентр «Свіча» укладається Колективний Договір між керівником та первинною профспілковою організацією на конкретні роки та містить розділ під назвою «Охорона праці». У колективному договорі сторони передбачають надання працівникам соціальних гарантій в галузі охорони праці на рівні не нижче передбачених законодавством; зазначаються обов'язки сторін у сфері охорони праці, а також проведення комплексних заходів по досягненню встановлених норм безпеки, гігієни праці та виробничого середовища; підвищення наявного рівня охорони праці; запобігання виробничому травматизму, професійним захворюванням і аваріям.

4.2 Загрози навколишньому середовищу при управлінській діяльності товариства

Застосовувані технологічні процеси можуть передбачати змішання різних компонентів, газування (при необхідності) і упаковку (пакети, пляшки).

Забруднення продукції. Якість води, що використовується при виробничому процесі, має принципове значення в сенсі забруднення продукції. Забруднення продукції може бути викликано використанням забрудненої сировини, в процесі технологічної обробки або в процесі упаковки.

Димові гази. Викидаються котельнями, наявними на багатьох підприємствах, містять продукти неповного згоряння палива, у димових газах знаходяться також частки золи. Технологічні викиди містять пил, пари розчинників, луги, оцту, водень, а також надлишкову теплоту. Вентиляційні викиди в атмосферу включають пил, не затриману пиловловлюючими пристроями, а також пари і гази.

Стоки. Однією з головних екологічних проблем, пов'язаних з виробничо-збутовою діяльністю, є видалення та знешкодження стоків, що виникають в результаті мийки резервуарів, а також аварійних розливів. Ці стоки мають високу біохімічну потребу в кисні (БПК) і можуть бути пофарбовані. Навіть не будучи шкідливими, ці стоки при попаданні у водойми можуть заподіяти шкоду

тваринному світу з причини забору кисню з води. Влада вимагає очищення цих стоків до їх скидання в природні водойми.

Проблеми зберігання. До друкованої продукції. Інші технологічні процеси на підприємстві можуть передбачати зберігання діоксиду вуглецю (для газування), а також каустичної соди (гідроксиду натрію). Такі сховища повинні бути забезпечені захисними спорудами або насипами для запобігання аварійних розливів з попаданням стоків у дренажні системи.

Якщо навантаження-розвантаження і зберігання розчинників здійснюються незадовільно, існує небезпека зараження ґрунту та ґрунтових вод. З метою зниження цієї небезпеки сховища розчинника слід забезпечити допоміжними захисними спорудами.

Холодоагенти. На підприємствах з виробничо-збутовою діяльністю, як правило, використовуються технічні засоби охолодження продукції на різних етапах виробничого процесу. В якості холодоагентів можуть використовуватися хімічні речовини, що нейтралізують азот, такі як хлорфторвуглеці, виробництво яких поетапно скорочується відповідно до Монреальським протоколом. В якості холодоагента також використовується аміак, на який такі обмеження не поширюються.

Викиди аміаку в атмосферу головним чином є проблемою охорони здоров'я і техніки безпеки.

Викиди в атмосферу. Ці викиди можуть включати запахи, які важко усунути або послабити, і можуть стати негативним подразником для місцевого населення.

Видалення відходів. Залежно від виду продукції в процесі її виготовлення можуть виникати відходи.

Здійснення організаційних заходів передбачає завчасну підготовку всіх структур цивільного захисту, служб і формувань до надзвичайних ситуацій. Застосуванням технологічних заходів підвищується стійкість роботи об'єктів шляхом змінювання технологічних процесів, режимів, можливих в умовах надзвичайних ситуацій.

Інженерно-технічні заходи мають забезпечити підвищену стійкість виробничих споруд, технологічних ліній, устаткування, комунікацій об'єкта до впливу вражаючих факторів під час надзвичайних ситуацій. Слід зазначити, що є загальні організаційні інженерно-технічні заходи, які мають проводитись. Розробка документів, які регламентують чіткі дії персоналу для забезпечення сталої роботи об'єкта в надзвичайних умовах. Для підтримання на високому рівні ЦЗ регулярно проводити підготовку населення, спеціалістів, проводити об'єктові тренування і командні навчання [5, с. 110-112].

Отже, цивільний захист – це система організаційних, інженерно-технічних, санітарно-гігієнічних, протиепідемічних та інших заходів, які здійснюються центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підпорядкованими їм силами і засобами, підприємствами, установами та організаціями незалежно від форми власності, добровільними рятувальними формуваннями, що забезпечують виконання цих заходів з метою запобігання та ліквідації надзвичайних ситуацій, які загрожують життю та здоров'ю людей, завдають матеріальних збитків у мирний час і в особливий період.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі здійснених наукових досліджень даної кваліфікаційної магістерської роботи нами проведено обґрунтування теоретичних контекстів та представлено практичний базис управління організацією. Тома варто виокремити найважливіші результати даної роботи у наступних висновках.

Методи й процеси розвитку системи управління організацією досить повно представлені в рамках теорії організаційного розвитку. Особлива увага приділена методам, що дозволяють структурувати управлінську діяльність під конкретні виробничі й економічні завдання організації. Проблема формування адекватної системи управління організацією залишається найважливішим економічним компонентом, що перешкоджає зростання національного виробництва й у тому числі стабілізації економіки країни. Досліджена структура системи управління організацією, що полягає із процесів і функціональних завдань, операцій, процедур і дозволяє моделювати управлінську діяльність в організаціях будь-якої форми власності відповідно до їхніми цілями на основі підходів.

В даній науковій роботі було здійснено дослідження на базі ТОВ «Медіацентр «Свіча». Слід відзначити, що основною метою функціонування товариства – це видання газети «Свіча». Встановлено, що тираж щороку паде. Починаючи від півтора тисячі на сьогодні тираж складає 800 примірників: це передплата та роздріб. В роздріб йде тільки 200 примірників (щотижня). Але є і повернення часткове. Левову частку прибутку з'їдає друк газети та поштові витрати. Оскільки пошта сьогодні бере дуже великі кошти за свої послуги щодо передплати.

Проведені розрахунки дали можливість стверджувати той факт, що у звітному періоді ТОВ «Медіацентр «Свіча» по всіх показниках функціонування відбулися негативні зміни. Зокрема це свідчить, що у 2018 р. виручка від реалізації продукції становила 477,5 тис.грн., а у 2019 р. товариство отримало

прибуток 657,2 тис.грн. та у 2020 р. – 435,1 тис.грн., що на 222,1 тис.грн. менше в порівнянні з аналогічним періодом або на 33,8%.

Слід відзначити, що для специфіки функціонування ТОВ «Медіацентр «Свіча» все більшого значення набувають автоматизовані системи управління в реальному масштабі часу проходження процесів та ієрархічно розподілені системи управління. З практичної точки зору ТОВ «Медіацентр «Свіча» в процесі дослідження систему управління здійснює: розроблення критеріїв оцінки системи управління підприємством; проведення аналізу інноваційного потенціалу підприємства ринку споживчих послуг; проведення аналізу організаційної структури; оцінка соціальної ефективності пропонованих проєктів; проведення діагностики проєктних ризиків.

Основною метою у нашої проєктної пропозиції щодо удосконалення управління ТОВ «Медіацентр «Свіча» – впровадження додаткової посади менеджера з реклами, який буде відповідальною особою в контексті проєктних рішень друкарні. Заробітна плата менеджера з реклами – 8800 грн. (за місяць), а загальні прогнозовані витрати – 166,9 тис.грн. Реалізація даного просту: адже індекс прибутковості – 3,8, період окупності – 1,1. Наступною нашою проєктною пропозицією комплексу заходів щодо реалізації рекламної кампанії ТОВ «Медіацентр «Свіча». В таких умовах функціонування варто організувати рекламу, яка призведе для ТОВ «Медіацентр «Свіча» збільшення обсягу реалізації продукції та послуг в тому числі. Для реалізації проєктних заходів необхідно забезпечити планові витрати в наступному обсязі 37000 грн. Планова реалізація рекламної кампанії: індекс прибутковості – 3,1, період окупності – 1,1. На основі чого нами здійснено прогнозне моделювання з інтервалами довіри перспектив розвитку ТОВ «Медіацентр «Свіча». Метою – отримання прогноз обсягів роздрібного продажу друкованої продукції із застосуванням лінійної форми залежності та урахуванням впливу одного фактору: проєктними витратами на рекламу. Наявність мінімального і максимального значень прогнозованого показника дозволяє розробити альтернативні варіанти стратегії дій ТОВ «Медіацентр «Свіча» з врахуванням можливих ситуацій на ринку.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Абдуллін Р. Нові підходи до управління підприємствами в Україні. Підприємництво, господарство і право. 2018. № 10. С. 216-218.
2. Андрушків Б. М. Криза взаємовідносин у загальній теорії криз. Журнал Європейської економіки. Червень 2011. Том 10 (№ 2). С. 121–131.
3. Бізнес-менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. І. Федулова, В. Г. Федоренко, В. Ф. Гриньо та ін.; За заг. ред. Л. І. Федулової. К.: МАУП. 2007. 632 с.
4. Бурий С. А. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми підприємств малого бізнесу: Монографія. Хмельницький: ТОВ «Тріада-М». 2006. 93 с.
5. Васійчук В. О. Основи цивільного захисту: Навч. посібник. Львів, 2010. 384 с.
6. Вачевський М.В. Маркетинг для менеджера. Стрий: “Просвіта”. 2013. 139 с.
7. Вудвуд В. В. Антикризове управління підприємством як засіб стабілізації його фінансового стану. Інноваційна економіка. 2009. № 5. С. 236–239.
8. Гарматюк О. Управління змінами на підприємстві. Галицький економічний вісник. 2004. № 2. С. 28–34.
9. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність. К.: Вища школа. 1995. 289 с.
10. Гойчук О.І. Економічні основи функціонування підприємства: навч. посібник. К.: ІАЕ. 2010. 467 с.
11. Дмитренко А. І. Стратегії антикризової діяльності промислових підприємств. Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. 2013. № 4 (20). С. 49–53.
12. Дубовіч І. А. Теоретико-методичні та практичні засади ризику в системі оцінки небезпек. Науковий вісник НЛТУ України. 2019. Вип. 24.3. С. 64-70.

13. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. К.: Україна. 2012. 320с.
14. Житна І.П. Економічний аналіз господарської діяльності підприємств. К.: Вища школа. 2014. 191 с.
15. Зарівняк І. І. Вихідні передумови та порядок розробки моделі управління ризиками в маркетинговій діяльності. Вісник національного університету “Львівська політехніка”. 2018. №472. С.55–61.
16. Кабаков Ю. Напрямки удосконалювання систем управління: стандарти, методи або цілі підприємства. Стандартизація. Сертифікація. Якість. 2017. № 2. С. 39–42.
17. Кирич Н. Б. Антикризова стратегія – умова стабільного розвитку підприємства. Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Сталий розвиток економіки. 2010. № 3. С. 57–62.
18. Логвіна Ю. М. Сутність та значення інтегрованої системи стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств. Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. Донецьк : ДонНУЕТ. 2016. Вип. 33. С. 41–50.
19. Макаренко М.В. Формування механізму управління ефективним функціонуванням підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2018. № 1. С. 126–135.
20. Мороз В.М. Охорона праці. Вінниця. НОВА КНИГА. 2015. 544 с.
21. Пересадько Г.О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства. Механізм регулювання економіки. Міжнародний науковий журнал. 2018. Т. 3, № 3 (48). С. 72–80.
22. Прокопенко О.В. Дослідження впливу надзвичайних ситуацій: мотиваційний підхід: Монографія. Суми: Університетська книга. 2018. 392 с.
23. Рогоза М. Є. Управління промисловими підприємствами: соціально-економічні чинники та особливості організації: монографія. Полтава: РВЦ ПУСКУ. 2018. 281 с.

- 24.Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент: навч. посібник. К.: Центр навч. літ-ри. 2009. 568 с.
- 25.Тараненко О.О. Тенденції та чинники розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Економічний простір. 2018. №64. С. 126–131.
- 26.Фоломкіна І. С. Оцінка ключових компетенцій підприємства щодо маркетингового управління реалізацією його стратегій. Вісник ДонНУЕТ: наук. журнал. Донецьк. 2013. №3 (43). С. 99–107.
- 27.Христенко Л.М. Структура факторів зовнішньої та внутрішньої ефективності управління підприємством. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Вип. 15. Луганськ: СНУ ім. В. Даля. 2006. С. 162–172.
- 28.Христенко Л.М. Інтегрована оцінка ефективності управління підприємством: процедура та використання результатів. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Вип. 16. Луганськ: СНУ ім. В. Даля. 2006. С. 126–135.
- 29.Чикуркова А. Д. Стратегія управління. Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Зволейко Д. Г. 2010. 428 с.
- 30.Charles W. L. Hill Strategic Management Theory. An integrated approach. New York.: Houghton Mifflin Company. 2004. 89–90.

ДОДАТКИ

1. Звіт за місяць

9

рік:

2018

2. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта страхувальника*
 3. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта ліквідованого страхувальника* (заповнюється у разі подання звіту правонаступником)

20545641

Страхувальник **Редакція газети "Свіча"**

(найменування страхувальника або прізвище, ім'я, по батькові - для фізичної особи - підприємця, особи, яка провадить незалежну професійну діяльність)

4. Код основного виду економічної діяльності

58.13

5. Бюджетна установа

6. Підприємство, організація всеукраїнської громадської організації інвалідів, зокрема товариств УТОГ, УТОС

7. Підприємство, організація громадської організації інвалідів (позначка "х" вноситься в клітинку відповідного варіанта)

8. Міністерство, інший центральний орган виконавчої влади -

15. Середньооблікова кількість штатних працівників за звітний період, осіб 4

у тому числі:

працівників, яким відповідно до чинного законодавства встановлено інвалідність, осіб 2

9. Місцезнаходження (місце проживання)

77503, ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ., ДОЛИНСЬКИЙ Р-Н, М. ДОЛИНА,
М-Н СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ, БУД. 3 тел. (03477)25339

працівників, що мають додаткові гарантії в сприянні працевлаштуванню 0

10. Організаційно-правова форма господарювання

КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО

11. № реєстрації страхувальника 0501329

12. Найменування банку ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ФІЛІЯ ПАТ КБ "ПРИВАТБАНК"

13. Код банку 336677

№ п/рахунок 26005445325001

Облікова кількість штатних працівників 4

Кількість осіб, які виконували роботи (надавали послуги) за договорами цивільно-правового характеру 0

Кількість застрахованих осіб у звітному періоді, яким нараховано заробітну плату/(крім осіб, яким у звітному періоді нараховано грошове забезпечення) 5

у тому числі:

чоловіків 1

жінок 4

(показники кількості працівників зазначаються в цілих одиницях)

14. Кількість створених нових робочих місць у звітному періоді 0

Таблиця 1. Нарахування єдиного внеску

№ з/п	Назва показника	Сума (грн.)
1	2	3
1	Загальна сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами, усього (р. 1.1 + р. 1.2 + р. 1.3 + р. 1.4 + р. 1.5)	54940.37
1.1	сума нарахованої заробітної плати	50506.25
1.2	сума винагород за договорами цивільно-правового характеру	0
1.3	сума оплати перших п'яти днів тимчасової непрацездатності, що здійснюється за рахунок коштів роботодавця	3695.1
1.4	сума допомоги по тимчасовій непрацездатності, яка виплачується за рахунок коштів фонду соціального страхування	739.02
1.5	сума допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами	0
2	Сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності, допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами та додаткової бази нараховання, на яку нараховується єдиний внесок, усього (р. 2.1 + р. 2.2 + р. 2.3 + р. 2.4 + р. 2.5)	54940.37
2.1	роботодавцями (22,0 %)	17252.61
2.2	підприємствами, установами і організаціями працюючим інвалідам (8,41 %)	37687.76
2.3	підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій інвалідів, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	0
2.4	підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	0
2.5	Додаткова база нараховання єдиного внеску (22,0 %)	0
3	Нараховано єдиного внеску, усього (р. 3.1 + р. 3.2 + р. 3.3 + р. 3.4 + р. 3.5)	6965.11
3.1	на суми, нарахованої роботодавцями заробітної плати, винагороди за виконані роботи (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами (22,0 %)	3795.57
3.2	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (8,41 %)	3169.54
3.2.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (22 %)	8291.31
3.3	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	0
3.3.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (22 %)	0
3.4	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	0
3.4.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю(за умов, визначених частиною чотирнадцятою статті 8 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»), працюючим особам з інвалідністю (22 %)	0
3.5	на суми різниці між розміром мінімальної заробітної плати та фактично нарахованої заробітної плати роботодавцями (22,0 %)	0
4	Донараховано та/або доутримано єдиний внесок у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р.4.1 + р. 4.2 + р. 4.3)	0
4.1	Донараховано єдиний внесок (крім сум, зазначених у р. 4.2)	0
4.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	0
4.1.2	36,3 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	0

4.1.3	45,96 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	0
4.1.4	8,41 %	0
4.1.5	5,3 %	0
4.1.6	5,5 %	0
4.1.7	34,7 %	0
4.1.8	33,2 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	0
4.1.9	36,76-49,7 % x коефіцієнт	0
4.1.10	36,3 % x коефіцієнт	0
4.1.11	45,96 % x коефіцієнт	0
4.1.12	34,7 % x коефіцієнт	0
4.1.13	33,2 % x коефіцієнт	0
4.2	Донараховано єдиний внесок за попередні звітні періоди внаслідок збільшення класу професійного ризику виробництва	0
4.3	Додатково утримано єдиний внесок	0
4.3.1	3,6 %	0
4.3.2	2,85 %	0
4.3.3	6,1 %	0
4.3.4	2,6 %	0
4.3.5	2 %	0
4.4	Сума виплат, на яку донараховано єдиний внесок	0
	Зміст помилки	
	-	
5	Зменшено суму єдиного внеску у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р. 5.1 + р. 5.2 + р. 5.3)	0
5.1	Зменшено нарахування (крім сум, зазначених у р. 5.2)	0
5.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	0
5.1.2	36,3 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	0
5.1.3	45,96 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	0
5.1.4	8,41 %	0
5.1.5	5,3 %	0
5.1.6	5,5 %	0
5.1.7	34,7 %	0
5.1.8	33,2 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	0
5.1.9	(36,76-49,7 %) x коефіцієнт	0
5.1.10	36,3 % x коефіцієнт	0
5.1.11	45,96 % x коефіцієнт	0
5.1.12	34,7 % x коефіцієнт	0
5.1.13	33,2 % x коефіцієнт	0
5.2	Зменшено суму єдиного внеску за попередні звітні періоди внаслідок зменшення класу професійного ризику виробництва	0
5.3	Зменшено утримань	0
5.3.1	3,6 %	0
5.3.2	2,85 %	0
5.3.3	6,1 %	0
5.3.4	2,6 %	0
5.3.5	2 %	0
5.4	Сума виплат, на яку зайво нараховано єдиний внесок	0
	Зміст помилки	
	-	
6	Загальна сума єдиного внеску, що підлягає сплаті, всього (р. 3 + р. 4 – р. 5)	6965.11
	у тому числі	
6.1	р. 3.1.+ р. 3.5 + р. 4.1.1 + р. 4.1.9 – р. 5.1.1 – р. 5.1.9 (22,0 %, 36,76–49,7 %)	3795.57
6.2	р. 4.1.2 + р. 4.1.10 – р. 5.1.2 – р. 5.1.10 (36,3 %)	0
6.3	р. 4.1.3 + р. 4.1.11 – р. 5.1.3 – р. 5.1.11 (45,96 %)	0
6.4	р. 3.2 + р. 4.1.4 – р. 5.1.4 (8,41 %)	3169.54
6.5	р. 3.3 + р. 4.1.5 – р. 5.1.5 (5,3 %)	0
6.6	р. 3.4 + р. 4.1.6 – р. 5.1.6 (5,5 %)	0
6.7	р. 4.1.7 + р. 4.1.12 – р. 5.1.7 – р. 5.1.12 (34,7 %)	0
6.8	р. 4.1.8 + р. 4.1.13 – р. 5.1.8 - р. 5.1.13 (33,2 %)	0
6.9	р. 4.3.1 – р. 5.3.1 (3,6 %)	0
6.10	р. 4.3.2 – р. 5.3.2 (2,85 %)	0
6.11	р. 4.3.3 – р. 5.3.3 (6,1 %)	0
6.12	р. 4.3.4 – р. 5.3.4 (2,6 %)	0
6.13	р. 4.3.5 – р. 5.3.5 (2 %)	0
6.14	р. 4.2 – р. 5.2	0

* Для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта.

Дата формування у страхувальника

04.10.2018

Керівник

2563917263

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Матвєєва Т. Є.

(прізвище та ініціали)

Головний бухгалтер

2164504863

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Цюцюра М. І.

(прізвище та ініціали)

1. Звіт за місяць

9

рік:

2019

2. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта страхувальника*
 3. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта ліквідованого страхувальника* (заповнюється у разі подання звіту правонаступником)

20545641

Страхувальник **ТОВ "МЕДІАЦЕНТР "СВІЧА"**

(найменування страхувальника або прізвище, ім'я, по батькові - для фізичної особи - підприємця, особи, яка провадить незалежну професійну діяльність)

4. Код основного виду економічної діяльності

58.13

5. Бюджетна установа

6. Підприємство, організація всеукраїнської громадської організації інвалідів, зокрема товариств УТОГ, УТОС

7. Підприємство, організація громадської організації інвалідів (позначка "х" вноситься в клітинку відповідного варіанта)

8. Міністерство, інший центральний орган виконавчої влади -

15. Середньооблікова кількість штатних працівників за звітний період, осіб 4

у тому числі:

працівників, яким відповідно до чинного законодавства встановлено інвалідність, осіб 2

9. Місцезнаходження (місце проживання)

77503, ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ., ДОЛИНСЬКИЙ Р-Н, М. ДОЛИНА, М-Н СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ, БУД. 3 тел. (03477)25333

працівників, що мають додаткові гарантії в сприянні працевлаштуванню 0

10. Організаційно-правова форма господарювання

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

11. № реєстрації страхувальника 0501329

12. Найменування банку ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ФІЛІЯ ПАТ КБ "ПРИВАТБАНК"

13. Код банку 336677

№ п/рахунок 26005445325001

Облікова кількість штатних працівників 4

Кількість осіб, які виконували роботи (надавали послуги) за договорами цивільно-правового характеру 0

Кількість застрахованих осіб у звітному періоді, яким нараховано заробітну плату/(крім осіб, яким у звітному періоді нараховано грошове забезпечення) 5

у тому числі:

чоловіків 1

жінок 4

(показники кількості працівників зазначаються в цілих одиницях)

14. Кількість створених нових робочих місць у звітному періоді 0

Таблиця 1. Нарахування єдиного внеску

№ з/п	Назва показника	Сума (грн.)
1	2	3
1	Загальна сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами, усього (р. 1.1 + р. 1.2 + р. 1.3 + р. 1.4 + р. 1.5)	35128.42
1.1	сума нарахованої заробітної плати	35128.42
1.2	сума винагород за договорами цивільно-правового характеру	-
1.3	сума оплати перших п'яти днів тимчасової непрацездатності, що здійснюється за рахунок коштів роботодавця	-
1.4	сума допомоги по тимчасовій непрацездатності, яка виплачується за рахунок коштів фонду соціального страхування	-
1.5	сума допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами	-
2	Сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності, допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами та додаткової бази нараховання, на яку нараховується єдиний внесок, усього (р. 2.1 + р. 2.2 + р. 2.3 + р. 2.4 + р. 2.5)	35128.42
2.1	роботодавцями (22,0 %)	11242.65
2.2	підприємствами, установами і організаціями працюючим інвалідам (8,41 %)	23885.77
2.3	підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій інвалідів, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	-
2.4	підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	-
2.5	Додаткова база нараховання єдиного внеску (22,0 %)	-
3	Нараховано єдиного внеску, усього (р. 3.1 + р. 3.2 + р. 3.3 + р. 3.4 + р. 3.5)	4482.17
3.1	на суми, нарахованої роботодавцями заробітної плати, винагороди за виконані роботи (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами (22,0 %)	2473.38
3.2	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (8,41 %)	2008.79
3.2.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (22 %)	5254.87
3.3	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	-
3.3.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (22 %)	-
3.4	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	-
3.4.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю(за умов, визначених частиною чотирнадцятою статті 8 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»), працюючим особам з інвалідністю (22 %)	-
3.5	на суми різниці між розміром мінімальної заробітної плати та фактично нарахованої заробітної плати роботодавцями (22,0 %)	-
4	Донараховано та/або доутримано єдиний внесок у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р.4.1 + р. 4.2 + р. 4.3)	-
4.1	Донараховано єдиний внесок (крім сум, зазначених у р. 4.2)	-
4.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.2	36,3 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	-

4.1.3	45,96 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.4	8,41 %	-
4.1.5	5,3 %	-
4.1.6	5,5 %	-
4.1.7	34,7 %	-
4.1.8	33,2 %, в т. ч. донараховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.9	36,76-49,7 % x коефіцієнт	-
4.1.10	36,3 % x коефіцієнт	-
4.1.11	45,96 % x коефіцієнт	-
4.1.12	34,7 % x коефіцієнт	-
4.1.13	33,2 % x коефіцієнт	-
4.2	Донараховано єдиний внесок за попередні звітні періоди внаслідок збільшення класу професійного ризику виробництва	-
4.3	Додатково утримано єдиний внесок	-
4.3.1	3,6 %	-
4.3.2	2,85 %	-
4.3.3	6,1 %	-
4.3.4	2,6 %	-
4.3.5	2 %	-
4.4	Сума виплат, на яку донараховано єдиний внесок	-
	Зміст помилки	
	-	
5	Зменшено суму єдиного внеску у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р. 5.1 + р. 5.2 + р. 5.3)	-
5.1	Зменшено нарахування (крім сум, зазначених у р. 5.2)	-
5.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.2	36,3 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.3	45,96 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.4	8,41 %	-
5.1.5	5,3 %	-
5.1.6	5,5 %	-
5.1.7	34,7 %	-
5.1.8	33,2 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.9	(36,76-49,7 %) x коефіцієнт	-
5.1.10	36,3 % x коефіцієнт	-
5.1.11	45,96 % x коефіцієнт	-
5.1.12	34,7 % x коефіцієнт	-
5.1.13	33,2 % x коефіцієнт	-
5.2	Зменшено суму єдиного внеску за попередні звітні періоди внаслідок зменшення класу професійного ризику виробництва	-
5.3	Зменшено утримань	-
5.3.1	3,6 %	-
5.3.2	2,85 %	-
5.3.3	6,1 %	-
5.3.4	2,6 %	-
5.3.5	2 %	-
5.4	Сума виплат, на яку зайво нараховано єдиний внесок	-
	Зміст помилки	
	-	
6	Загальна сума єдиного внеску, що підлягає сплаті, всього (р. 3 + р. 4 – р. 5) у тому числі	4482.17
6.1	р. 3.1.+ р. 3.5 + р. 4.1.1 + р. 4.1.9 – р. 5.1.1 – р. 5.1.9 (22,0 %, 36,76–49,7 %)	2473.38
6.2	р. 4.1.2 + р. 4.1.10 – р. 5.1.2 – р. 5.1.10 (36,3 %)	-
6.3	р. 4.1.3 + р. 4.1.11 – р. 5.1.3 – р. 5.1.11 (45,96 %)	-
6.4	р. 3.2 + р. 4.1.4 – р. 5.1.4 (8,41 %)	2008.79
6.5	р. 3.3 + р. 4.1.5 – р. 5.1.5 (5,3 %)	-
6.6	р. 3.4 + р. 4.1.6 – р. 5.1.6 (5,5 %)	-
6.7	р. 4.1.7 + р. 4.1.12 – р. 5.1.7 – р. 5.1.12 (34,7 %)	-
6.8	р. 4.1.8 + р. 4.1.13 – р. 5.1.8 - р. 5.1.13 (33,2 %)	-
6.9	р. 4.3.1 – р. 5.3.1 (3,6 %)	-
6.10	р. 4.3.2 – р. 5.3.2 (2,85 %)	-
6.11	р. 4.3.3 – р. 5.3.3 (6,1 %)	-
6.12	р. 4.3.4 – р. 5.3.4 (2,6 %)	-
6.13	р. 4.3.5 – р. 5.3.5 (2 %)	-
6.14	р. 4.2 – р. 5.2	-

* Для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта.

Дата формування у страхувальника

01.10.2019

Керівник

2563917263

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Матвєєва Т. Є.

(прізвище та ініціали)

Головний бухгалтер

2164504863

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Цюцюра М. І.

(прізвище та ініціали)

1. Звіт за місяць

9

рік:

2020

2. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта страхувальника*

20545641

3. Код за ЄДРПОУ або податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта ліквідованого страхувальника* (заповнюється у разі подання звіту правонаступником)

Страхувальник

Товариство з обмеженою відповідальністю "МЕДІАЦЕНТР СВИЧА ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ"

(найменування страхувальника або прізвище, ім'я, по батькові - для фізичної особи - підприємця, особи, яка провадить незалежну професійну діяльність)

4. Код основного виду економічної діяльності

58.13

5. Бюджетна установа

6. Підприємство, організація всеукраїнської громадської організації інвалідів, зокрема товариств УТОГ, УТОС

7. Підприємство, організація громадської організації інвалідів (позначка "х" вноситься в клітинку відповідного варіанта)

8. Міністерство, інший центральний орган виконавчої влади -

15. Середньооблікова кількість штатних працівників за звітний період, осіб 4

у тому числі:
працівників, яким відповідно до чинного законодавства встановлено інвалідність, осіб 1

9. Місцезнаходження (місце проживання)

пл. Січових Стрільців, буд. 3, м. Долина, Долинський р-н, Івано-Франківська обл., 77503 тел. +380347725333

працівників, що мають додаткові гарантії в сприянні працевлаштуванню -

10. Організаційно-правова форма господарювання

240

11. № реєстрації страхувальника 0501329

12. Найменування банку АТ КБ "Приватбанк"

Облікова кількість штатних працівників 4

Кількість осіб, які виконували роботи (надавали послуги) за договорами цивільно-правового характеру -

13. Код банку 336677

№ п/рахунку UA47336677000026005445325001

Кількість застрахованих осіб у звітному періоді, яким нараховано заробітну плату/(крім осіб, яким у звітному періоді нараховано грошове забезпечення) 4

у тому числі:

чоловіків 1

жінок 3

(показники кількості працівників зазначаються в цілих одиницях)

14. Кількість створених нових робочих місць у звітному періоді -

Таблиця 1. Нарахування єдиного внеску

№ з/п	Назва показника	Сума (грн.)
1	2	3
1	Загальна сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами, усього (р. 1.1 + р. 1.2 + р. 1.3 + р. 1.4 + р. 1.5)	25116.8
1.1	сума нарахованої заробітної плати	6622.16
1.2	сума винагород за договорами цивільно-правового характеру	-
1.3	сума оплати перших п'яти днів тимчасової непрацездатності, що здійснюється за рахунок коштів роботодавця	5439.6
1.4	сума допомоги по тимчасовій непрацездатності, яка виплачується за рахунок коштів фонду соціального страхування	13055.04
1.5	сума допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами	-
2	Сума нарахованої заробітної плати, винагород за виконану роботу (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності, допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами та додаткової бази нарахування, на яку нараховується єдиний внесок, усього (р. 2.1 + р. 2.2 + р. 2.3 + р. 2.4 + р. 2.5)	33494.64
2.1	роботодавцями (22,0 %)	6622.16
2.2	підприємствами, установами і організаціями працюючим інвалідам (8,41 %)	18494.64
2.3	підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій інвалідів, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	-
2.4	підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	-
2.5	Додаткова база нарахування єдиного внеску (22,0 %)	8377.84
3	Нараховано єдиного внеску, усього (р. 3.1 + р. 3.2 + р. 3.3 + р. 3.4 + р. 3.5)	4855.41
3.1	на суми, нарахованої роботодавцями заробітної плати, винагороди за виконані роботи (надані послуги) за цивільно-правовими договорами, оплати допомоги по тимчасовій непрацездатності та допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами (22,0 %)	1456.88
3.2	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (8,41 %)	1555.4
3.2.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами, установами і організаціями працюючим особам з інвалідністю (22 %)	4068.82
3.3	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (5,3 %)	-
3.3.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариствами УТОГ та УТОС (22 %)	-
3.4	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю, працюючим особам з інвалідністю (5,5 %)	-
3.4.1	на суми заробітної плати, нарахованої підприємствами та організаціями громадських організацій осіб з інвалідністю(за умов, визначених частиною чотирнадцятою статті 8 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»), працюючим особам з інвалідністю (22 %)	-
3.5	на суми різниці між розміром мінімальної заробітної плати та фактично нарахованої заробітної плати роботодавцями (22,0 %)	1843.13
4	Донараховано та/або доутримано єдиний внесок у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р.4.1 + р. 4.2 + р. 4.3)	-
4.1	Донараховано єдиний внесок (крім сум, зазначених у р. 4.2)	-

4.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. донраховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.2	36,3 %, в т. ч. донраховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.3	45,96 %, в т. ч. донраховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.4	8,41 %	-
4.1.5	5,3 %	-
4.1.6	5,5 %	-
4.1.7	34,7 %	-
4.1.8	33,2 %, в т. ч. донраховано до мінімальної заробітної плати	-
4.1.9	36,76-49,7 % x коефіцієнт	-
4.1.10	36,3 % x коефіцієнт	-
4.1.11	45,96 % x коефіцієнт	-
4.1.12	34,7 % x коефіцієнт	-
4.1.13	33,2 % x коефіцієнт	-
4.2	Донраховано єдиний внесок за попередні звітні періоди внаслідок збільшення класу професійного ризику виробництва	-
4.3	Додатково утримано єдиний внесок	-
4.3.1	3,6 %	-
4.3.2	2,85 %	-
4.3.3	6,1 %	-
4.3.4	2,6 %	-
4.3.5	2 %	-
4.4	Сума виплат, на яку донраховано єдиний внесок	-
	Зміст помилки	
	-	
5	Зменшено суму єдиного внеску у зв'язку з виправленням помилки, допущеної в попередніх звітних періодах (р. 5.1 + р. 5.2 + р. 5.3)	-
5.1	Зменшено нарахування (крім сум, зазначених у р. 5.2)	-
5.1.1	22,0 %, 36,76-49,7 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.2	36,3 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.3	45,96 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.4	8,41 %	-
5.1.5	5,3 %	-
5.1.6	5,5 %	-
5.1.7	34,7 %	-
5.1.8	33,2 %, в т. ч. зменшено, виходячи з розміру мінімальної заробітної плати	-
5.1.9	(36,76-49,7 %) x коефіцієнт	-
5.1.10	36,3 % x коефіцієнт	-
5.1.11	45,96 % x коефіцієнт	-
5.1.12	34,7 % x коефіцієнт	-
5.1.13	33,2 % x коефіцієнт	-
5.2	Зменшено суму єдиного внеску за попередні звітні періоди внаслідок зменшення класу професійного ризику виробництва	-
5.3	Зменшено утримань	-
5.3.1	3,6 %	-
5.3.2	2,85 %	-
5.3.3	6,1 %	-
5.3.4	2,6 %	-
5.3.5	2 %	-
5.4	Сума виплат, на яку зайво нараховано єдиний внесок	-
	Зміст помилки	
	-	
6	Загальна сума єдиного внеску, що підлягає сплаті, всього (р. 3 + р. 4 – р. 5)	4855.41
	у тому числі	
6.1	р. 3.1.+ р. 3.5 + р. 4.1.1 + р. 4.1.9 – р. 5.1.1 – р. 5.1.9 (22,0 %, 36,76–49,7 %)	3300.01
6.2	р. 4.1.2 + р. 4.1.10 – р. 5.1.2 – р. 5.1.10 (36,3 %)	-
6.3	р. 4.1.3 + р. 4.1.11 – р. 5.1.3 – р. 5.1.11 (45,96 %)	-
6.4	р. 3.2 + р. 4.1.4 – р. 5.1.4 (8,41 %)	1555.4
6.5	р. 3.3 + р. 4.1.5 – р. 5.1.5 (5,3 %)	-
6.6	р. 3.4 + р. 4.1.6 – р. 5.1.6 (5,5 %)	-
6.7	р. 4.1.7 + р. 4.1.12 – р. 5.1.7 – р. 5.1.12 (34,7 %)	-
6.8	р. 4.1.8 + р. 4.1.13 – р. 5.1.8 - р. 5.1.13 (33,2 %)	-
6.9	р. 4.3.1 – р. 5.3.1 (3,6 %)	-
6.10	р. 4.3.2 – р. 5.3.2 (2,85 %)	-
6.11	р. 4.3.3 – р. 5.3.3 (6,1 %)	-
6.12	р. 4.3.4 – р. 5.3.4 (2,6 %)	-
6.13	р. 4.3.5 – р. 5.3.5 (2 %)	-
6.14	р. 4.2 – р. 5.2	-

* Для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта.

Дата формування у страховальника

15.10.2020

Керівник

2563917263

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Матвєєва Тетяна Євгенівна

(прізвище та ініціали)

Головний бухгалтер

2494402829

(податковий номер/серія (за наявності) та/або номер паспорта*)

(підпис)

Остапчук Світлана Володимирівна

(прізвище та ініціали)

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	
Редакція газети "Свіча"	за ЄДРПОУ	
Територія	<u>М. ДОЛИНА</u>	за КОАТУУ
Організаційно-правова форма господарювання	<u>КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО</u>	за КОПФГ
Вид економічної діяльності	<u>Видання газет</u>	за КОДУ
Середня кількість працівників, осіб	<u>4</u>	за КВЕД
Одиниця виміру:	<u>тис. грн з одним десятковим знаком</u>	
Адреса, телефон	<u>ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ., ДОЛИНСЬКИЙ Р-Н, М. ДОЛИНА, М-Н СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ, БУД. 3</u>	<u>(03477)25339</u>

КОДИ		
2018	10	24
2622010100		
150		
58.13		

1.Баланс на 30092018 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I.Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	53.6	41.3
первісна вартість	1011	150.1	150.1
знос	1012	(96.5)	(108.8)
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	53.6	41.3
II. Оборотні активи			
Запаси	1100		
у тому числі готова продукція	1103		
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15.3	18.2
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	10.3	4.2
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	135.6	198.9
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	161.2	221.3
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	214.8	262.6

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	52.8	52.8
Додатковий капітал	1410	6.2	6.2
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	148.1	104.5
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	207.1	163.5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615		15.8
розрахунками з бюджетом	1620	4	6.2
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		3.8
розрахунками з оплати праці	1630	3.6	20.2
Доходи майбутніх періодів	1665		53.1
Інші поточні зобов'язання	1690	.1	
Усього за розділом III	1695	7.7	99.1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	214.8	262.6

**2. Звіт про фінансові результати
за 9 місяців 2018**

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	441.1	362.6
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240	170	309.4
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	611.1	672
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(647.7)	(625.6)
Інші операційні витрати	2180	()	()
Інші витрати	2270	(6.8)	(19.3)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(654.5)	(644.9)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	-43.4	27.1
Податок на прибуток	2300	()	(4.9)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	-43.4	22.2

Керівник

(підпис)

Матвєєва Т. Є.

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Цюцюра М. І.

(ініціали, прізвище)

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ		
		2019	10	16
Підприємство	ТОВ "МЕДІАЦЕНТР "СВІЧА"	за ЄДРПОУ 20545641		
Територія	М. ДОЛИНА	за КОАТУУ 2622010100		
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ 240		
Вид економічної діяльності	Видання газет	за КВЕД 58.13		
Середня кількість працівників, осіб	4			
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ., ДОЛИНСЬКИЙ Р-Н, М. ДОЛИНА, М-Н СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ, БУД. 3	(03477)25333		

1. Баланс на 30.09.2019 р.

		Форма N 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002	()	()	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	37.7	30.4	
первісна вартість	1011	91.8	91.8	
знос	1012	(54.1)	(61.4)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	37.7	30.4	
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100			
у тому числі готова продукція	1103			
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	5.5	25.0	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	3.5		
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155			
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	180.4	244.5	
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190			
Усього за розділом II	1195	189.4	269.5	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	227.1	299.9	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	38.9	38.9
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	148.3	200.1
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	187.2	239.0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	9.4	
розрахунками з бюджетом	1620	6.2	2.0
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2.1	11.4
розрахунками з оплати праці	1630	22.2	
Доходи майбутніх періодів	1665		47.3
Інші поточні зобов'язання	1690		0.2
Усього за розділом III	1695	39.9	60.9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	227.1	299.9

2. Звіт про фінансові результати

за 9 місяців 2019 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	657.2	477.5
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240	20.0	170.0
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	677.2	647.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(623.6)	(647.7)
Інші операційні витрати	2180	()	()
Інші витрати	2270	(1.8)	(6.8)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(625.4)	(654.5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	51.8	-7.0
Податок на прибуток	2300	()	()
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	51.8	-7.0

Керівник

(підпис)

Матвєєва Т. Є.

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Цюцюра М. І.

(ініціали, прізвище)

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ		
		Дата (рік, місяць, число)		
		2020	09	30
Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю "МЕДІАЦЕНТР СВІЧА ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ"	за ЄДРПОУ 20545641		
Територія	м.Долина	за КОАТУУ 2622010100		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ 240		
Вид економічної діяльності	Видання газет	за КВЕД 58.13		
Середня кількість працівників, осіб	4			
Одиниця виміру:	тис. грн з одним десятковим знаком			
Адреса, телефон	77503, Івано-Франківська обл., Долинський р-н, м. Долина, пл. Січових Стрільців, буд. 3	+380347725333		

1. Баланс на 30.09.2020 р.

		Форма N 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002	()	()	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	28.5	24.3	
первісна вартість	1011	91.8	91.8	
знос	1012	(63.3)	(67.5)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	28.5	24.3	
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100			
у тому числі готова продукція	1103			
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	8.1	21.6	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	10.9	6.5	
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		5.9	
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	191.8	183.7	
Витрати майбутніх періодів	1170	0.4		
Інші оборотні активи	1190			
Усього за розділом II	1195	211.2	217.7	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200			
Баланс	1300	239.7	242.0	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	38.9	38.9
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	149.2	93.7
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	188.1	132.6
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	7.3	37.0
розрахунками з бюджетом	1620	7.6	3.1
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	4.6	2.8
розрахунками з оплати праці	1630	28.6	12.7
Доходи майбутніх періодів	1665	3.5	47.9
Інші поточні зобов'язання	1690		5.9
Усього за розділом III	1695	51.6	109.4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	239.7	242.0

2. Звіт про фінансові результати

за 9 місяців 2020 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	435.1	657.2
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240		20.0
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	435.1	677.2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(490.4)	(623.6)
Інші операційні витрати	2180	()	()
Інші витрати	2270	(0.2)	(1.8)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(490.6)	(625.4)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-55.5	51.8
Податок на прибуток	2300	()	()
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-55.5	51.8

Керівник

(підпис)

Головний бухгалтер

(підпис)

Матвєєва Тетяна Євгенівна

(ініціали, прізвище)

Остапчук Світлана Володимирівна

(ініціали, прізвище)