

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ПРИТУЛЯК МАРІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри менеджменту та
поведінкової економіки,
д-р екон. наук, професор
О.А. Дороніна
«___» _____ 20__ р.

**РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИК
ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Спеціальність 073 Менеджмент
ОП «Менеджмент»

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Науковий керівник:
А.В. Синиченко, старший викладач
кафедри менеджменту та
поведінкової економіки

(підпис)

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали/за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця 2024

АНОТАЦІЯ

Притуляк М.О. Розвиток корпоративної культури як чинник ефективності управління сучасним підприємством. Спеціальність 073 Менеджмент. Освітня програма «Менеджмент». Донецький національний університет імені Василя Стуса. м. Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі визначено сутність та елементи корпоративної культури підприємства, проаналізовано структуру та механізми формування корпоративної культури.

Надано загальну характеристику та аналіз діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсиз». Проведено аналіз фінансово-економічного стану компанії, руху основних засобів, кадрів. Оцінено рівень корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсиз».

Сформовано заходи удосконалення корпоративної культури компанії. Надано рекомендації щодо впровадження програми менторства, розраховано економічний ефект запропонованої компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, підприємство, компанія, розвиток, працівники.

56 с., 14 табл., 13 рис., 5 дод., 41 джерело.

Prytuliak M. Corporate culture development as a factor of management effectiveness at modern enterprise. Specialty 073 Management. Program "Management". Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2024.

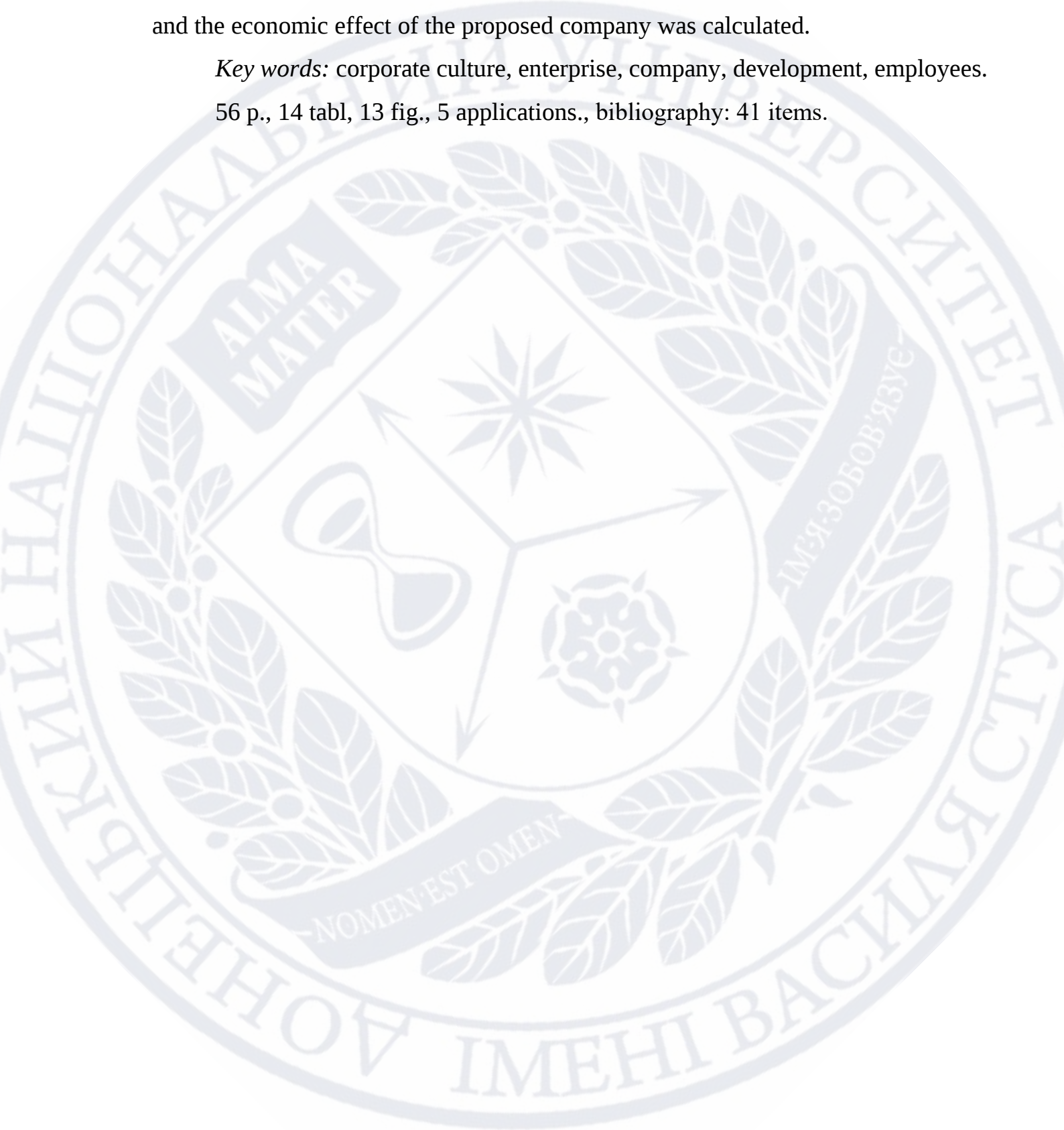
The qualification work identifies essence and elements of the enterprise's corporate culture. The structure and mechanisms of corporate culture formation are analyzed.

A general description and analysis of the activities of Mega Lifesciences LLC is provided. An analysis of the financial and economic condition of the company, movement of fixed assets, personnel was carried out. The level of corporate culture of Mega Lifesciences LLC was assessed.

The key areas of corporate culture improvement have been formed. Recommendations on the implementation of the mentoring program were provided, and the economic effect of the proposed company was calculated.

Key words: corporate culture, enterprise, company, development, employees.

56 p., 14 tabl, 13 fig., 5 applications., bibliography: 41 items.



ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1 Сутність та елементи корпоративної культури підприємства	8
1.2 Структура, механізми формування та розвитку корпоративної культури	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВАРИСТВА З	
ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ»	19
2.1 Загальна характеристика та аналіз діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»	19
2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»	26
2.3 Оцінка рівня корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»	33
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ	
КУЛЬТУРИ ТОВ «МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ»	43
3.1 Заходи удосконалення корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»	43
3.2 Рекомендації щодо впровадження програми менторства на ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»	45
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	52
ДОДАТКИ	57

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні підприємства функціонують у складному та динамічному середовищі, де глобалізація, технологічні зміни та економічні кризи ставлять нові виклики перед управлінцями. В цих умовах корпоративна культура виступає важливим чинником, який може забезпечити конкурентоспроможність та адаптивність компанії. Вона допомагає формувати лояльність працівників, стимулювати інновації та підвищувати ефективність бізнес-процесів.

Корпоративна культура безпосередньо впливає на продуктивність працівників, їх мотивацію та задоволеність роботою. Вивчення та розвиток цієї культури дозволяють створювати сприятливі умови для співробітників, що в свою чергу призводить до підвищення ефективності управління та досягнення стратегічних цілей підприємства. Корпоративна культура також впливає на зовнішнє сприйняття компанії - її репутацію та імідж на ринку. Компанії з сильною корпоративною культурою легше залучати талановитих працівників, інвесторів та клієнтів, що знову ж таки сприяє підвищенню ефективності управління та досягненню комерційного успіху. Тому ця тема є надзвичайно актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку корпоративної культури висвітлювали у своїх працях Т. Олійник, Н. Кривицька, О. Апостолук, Л. Громко, Г. Чайка, П. Мельник, Г. Захарчин та ін. Однією з основних проблем даної теми є відсутність універсальних методик та інструментів для розвитку корпоративної культури.

Метою роботи є визначення теоретичних основ розвитку корпоративної культури на підприємстві та визначення шляхів її вдосконалення та підвищення ефективності підприємства на прикладі фармацевтичної компанії ТОВ «Мега Лайфсайенсиз».

Мета роботи зумовила вирішення низки завдань:

1. Визначити сутність та елементи корпоративної культури підприємства.

2. Проаналізувати структуру та механізми формування та розвитку корпоративної культури
3. Надати загальну характеристику та аналіз діяльності ТОВ «Мега Лайфсайдс».
4. Провести аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мега Лайфсайдс».
5. Оцінити рівень корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайдс».
6. Визначити заходи удосконалення корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайдс»
7. Надати рекомендації щодо впровадження програми менторства на ТОВ «Мега Лайфсайдс».

Об'єктом дослідження є шляхи розвитку корпоративної культури як чинника підвищення ефективності управління сучасним підприємством.

Предметом дослідження є структура та шляхи розвитку корпоративної культури на прикладі фармацевтичної компанії ТОВ «МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ».

Теоретичне значення результатів кваліфікаційної роботи полягає у поглибленні теоретико-методологічної бази розвитку корпоративної культури як чинника ефективності управління сучасним підприємством.

Практичне значення роботи полягає у розроблених заходах для розвитку корпоративної, які можуть бути застосовані сучасними підприємствами та компаніями різних розмірів, форм власності та видів діяльності у своїй діяльності.

У кваліфікаційній роботі було використано наступні **методи дослідження**: економіко-математичні, статистичні, аналітичні, метод наукового пізнання та системного підходу. **Інформаційною базою** послуговували дані підприємства, наукові праці, монографії та інші посібники з теми.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження було представлено на Міжнародній науково-практичній конференції «Вектори розвитку науки, яка проходила (2024 р. в м. Ізмаїл). За результатами дослідження

опубліковано тези на тему «Розвиток корпоративної культури як чинник ефективності управління сучасним підприємством» (Додаток А).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 41 найменування, 5 додатків. Загальний обсяг роботи становить 56 сторінок. Текст роботи містить 14 таблиць, 13 рисунків, список використаних джерел із 41 найменування, 5 додатків. Обсяг основного тексту роботи становить 47 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та елементи корпоративної культури підприємства

Загалом, зараз зростає конкуренція на ринках у глобальному масштабі. Щоб бути конкурентоспроможними, підприємства повинні швидко реагувати на потреби ринку. Розглядаючи тему корпоративної культури, багато керівників малого та середнього підприємництва задають кількома актуальними питаннями, наприклад: Чому не всі організації є підприємницькими? Чому не всі підприємницькі ініціативи є успішними? Чому формули успіху не застосовуються в усіх підприємствах однаково? Що означає корпоративна культура?

Культуру на підприємстві можна представити як систему, яка включає в себе багато підсистем (рис. 1.1). Таке виділення підсистем культури підприємства дає можливість виокремити корпоративну культуру, як окремий елемент.



Рисунок 1.1 – Складові системи культури на підприємстві [1]

Протягом років багато вчених формували поняття корпоративної культури, тому наразі існує чимало різних дефініцій авторських визначень в її трактуванні. Роз'яснення різними авторами суті корпоративної культур є різноманітними та багатограними, аналізуючи визначення наведені у табл.1.1, помітно, що поняття «корпоративна культура» в основному розуміється як

сукупність цінностей, норм, правил та традицій, що приймаються керівництвом і персоналом підприємства, а також проявляються у рішеннях та діях.

Таблиця 1.1 – Основні визначення поняття "корпоративна культура"

№	Автори	Визначення
1	О.Апостолук	Інструмент у сфері управління, який дає можливість підвищувати конкурентоздатність, управляти персоналом, впроваджувати позитивні зміни на підприємстві. Це система, що поєднує цінності, переконання, вірування, погляди, етичні норми поведінки, очікування, які формуються та приймаються більшістю працівників підприємства.
2	Т.Олійник	Це поєднання звичаїв, правил та практики у сфері корпоративного управління, яка нормативно не закріплена в законодавстві та формується на загальному рівні культури у суспільстві, нормах моралі, практиці діло ведення тощо. Культуру підприємства можна визначити як поєднання ідей, цінностей та поведінкових норм, сформованих у ході спільної роботи з метою досягнення основних цілей певного підприємства.
3	Н. Гриценко	Це сукупність ціннісних установок, норм поведінки, формальних та неформальних правил, які відображають соціально-економічні та виробничі відносини, що склалися на підприємстві та культивуються його керівником
4	Л. Громко	Своєрідний продукт діяльності підприємства, а також його розвитку, який проявляється у системі цінностей, які застосовує та поділяє весь колектив, як наслідок цілеспрямованих дій суб'єкта управління з насаджування працівникам єдиних культурних норм поведінки.
5	Г. Чайка	Корпоративна культура – це система основних цінностей і норм поведінки та правил організації, яка визначає поведінку та взаємини її працівників, діловий стиль комунікації, символи та ритуали.

Сформовано автором на основі [1-5]

Узагальнюючи проаналізовані визначення, зазначимо, що корпоративна культура – це завжди присутня фундаментальна характеристика підприємства,

яка забезпечує сенс, напрямок і основу для індивідуальних дій. Вона полягає в спільних цінностях, переконаннях та очікуваннях, а також у нормах, які з часом стали частиною роботи в компанії.

Культура компанії впливає на те, як співробітники та менеджери висвітлюють проблеми, обслуговують клієнтів, взаємодіють з постачальниками, реагують на конкурентів і ведуть поточну та майбутню діяльність. Іншими словами, корпоративна культура репрезентує, якою насправді є організація та як її члени повинні діяти та поводити себе по відношенню до свого зовнішнього та внутрішнього середовища. Тобто вона формує все, що відбувається всередині підприємства, часто несе за собою неписані (неформальні) норми, які зв'язують усі елементи, це відображається в організаційній філософії, правилах, кліматі та символах.

Можна припустити, що організаційна культура — це те, чому група людей навчається протягом певного періоду часу, вирішуючи свої проблеми виживання, тобто це модель претензій, виявлена, розроблена або встановлена певною групою під час того, як вона вчиться протистояти своїм проблемам зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції на рівні базових артефактів, цінностей і припущень.

«Артефакти» — це видимі організаційні структури та процеси, які включають письмову та усну мову, фізичний простір, операційні плани та ставлення людей, їх можна розділити на фізичні артефакти (логотипи компанії), процедури (ритуали компанії) та організаційні історії та міфи.

«Цінності» — це соціальні принципи та шаблони, затверджені керівництвом підприємства, які існують у корпоративній культурі, мають справжнє значення, вкорінені в неписаних правилах, дозволяють членам організації знати, що від них очікується, і визначають, що цікавить зацікавлених сторін. Організаційна культура відображає цінності, використання яких дозволяє підприємству розробляти та приймати рішення для вирішення проблем і функціональних питань.

«Основні припущення» приймаються як істинні переконання та звички у сприйнятті, думок та почуттів, які часто здаються неоднозначними. Коли рішення проблеми спрацьовує знову і знову, воно стає прийнятним як істинне, тобто припущення починають перетворюватися на засвоєні відповіді, які скеровують поведінку працівників [6].

Ці три елементи постійно взаємодіють, зосереджуючись на тому, що артефакти та цінності свідчать про основні припущення. Таким чином, мова іде про динамічне поняття, у якому усі процеси відбуваються шляхом безперервного відтворення, тим самим продукуючи корпоративну культуру як за стабільних умов, так і за організаційних змін.

Іншими словами, культуру компанії можна описати двома «рівнями» (рис 1.2): «вищий рівень», який можна спостерігати ззовні. Він містить такі явища, як артефакти, моделі поведінки, мова, формальні правила, технічні знання, використання та виробництво фізичних продуктів та об'єкти та «нижчий рівень», який є прихованим (глибшим), оскільки він розташований у свідомості людей, інтегрує психічні структури, такі як ідеї, переконання, цінності, ставлення, припущення, сприйняття середовища та містить внутрішні процеси, якими визначається функціонування.

Ці два рівні культури легко розрізнити, але розділити їх практично неможливо. Вони є двома частинами однієї цілості.

Корпоративна культура – це багатогранний напрям у дослідженнях, який суміжний з менеджментом, культурологією, соціологією та психологією, що зумовлює певні труднощі у її вивченні. Проте, це дозволяє застосовувати корпоративну культуру як інструмент для підвищення ефективності системи менеджменту на підприємстві, ріст продуктивності праці, зниження кадрової плинності [7].



Рисунок 1.2 – Рівні корпоративної культури

Корпоративна культура проявляється на підприємстві через її складові елементи (рис. 1.3).

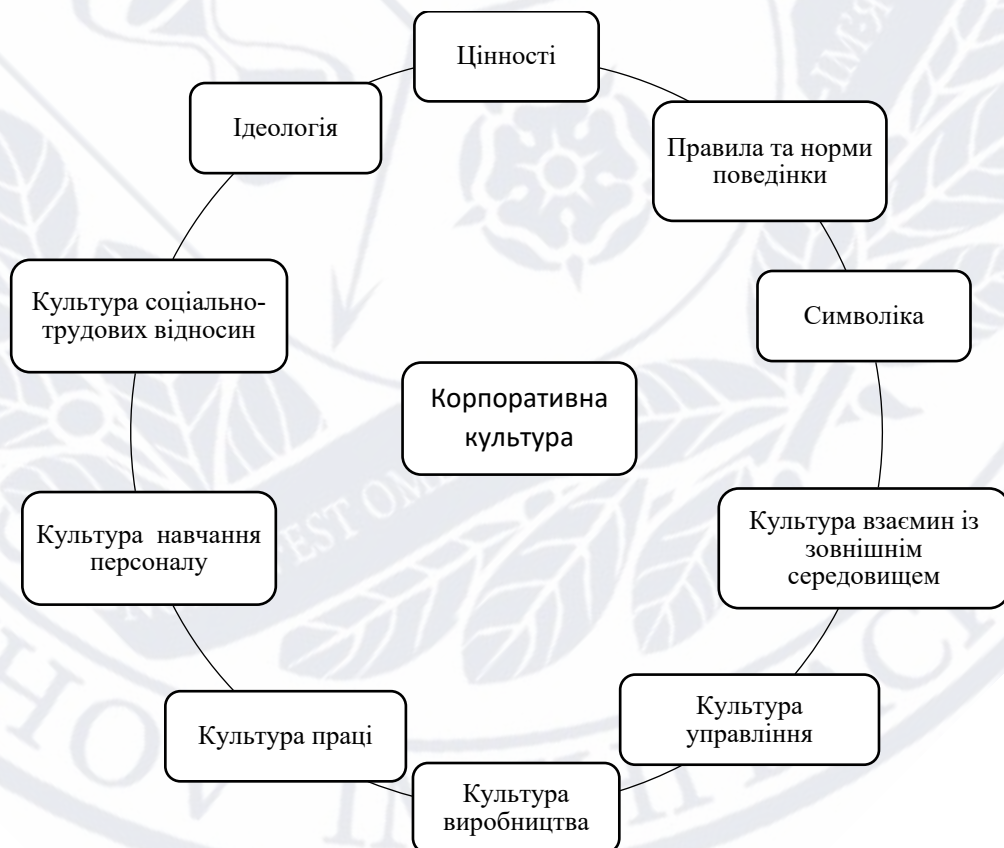


Рисунок 1.3 – Елементи що формують корпоративну культуру [8]

Поміж науковцями набула популярності позиція, згідно з якою рівень сформованості корпоративної культури передбачає наявність та розвинутість у працівників підприємства таких загальних вмінь та якостей:

- 1) високий рівень виконання обов'язків;
- 2) прояв ініціативи та здатність до ризику;
- 3) здатність швидко адаптуватись до змін в організації;
- 4) спроможність приймати самостійні рішення;
- 5) навичка роботи в команді;
- 6) відкритість до інформації про проблеми, які вже наявні або можливі у майбутньому;
- 7) довіра у колективі;
- 8) прояв поваги до колег та до себе;
- 9) вміння брати на себе відповідальність. [9]

Побачити та виміряти корпоративну культуру дуже складно, практично не можливо. Навіть перебуваючи якийсь час в середовищі підприємства, можна сформулювати помилкова або не зовсім точне враження. Формалізувати культуру можна, за допомогою корпоративного кодексу чи іншого документа, у якому детально викладені цінності, мета і стратегія підприємства. Кожному працівнику надаються ці принципи, і менеджмент оцінює наскільки точно дотримуються ці норми [10, с.136].

Щоб успішно працювати із зовнішнім середовищем, компанії повинні розробляти корпоративну культуру рішень, щоб формувати відчуття мети (місії) і визначати цілі, а також процедури для оцінки та перегляду напрямку руху підприємства. Що стосується адаптації свого внутрішнього середовища, підприємству необхідно брати до уваги такі фактори, як: чітко окреслене довгострокове спільне бачення; гнучка організаційна структура; політика управління людськими ресурсами; та впровадження практики постійного вдосконалення.

Підсумовуючи, можна характеризувати корпоративну культуру як динамічне поєднання зусиль, які інноваційні компанії докладають для підтримки продуктів або розвитку бізнесу.

1.2 Структура, механізми формування та розвитку корпоративної культури

Створення корпоративної культури не відбувається за один день. Це складний і тривалий процес.

Цей процес підпорядковується власним законам, має чіткі принципи та проходить через певні етапи:

1. Визначення місії та філософії: На цьому етапі формується чітке бачення того, чим займається організація, чого прагне та яких принципів дотримується.
2. Цінності та переконання: Далі визначаються ключові цінності, які поділяють усі члени команди, та формуються спільні переконання щодо того, як має розвиватися й функціонувати організація.
3. Норми поведінки: На основі прийнятих цінностей розробляються чіткі стандарти й норми поведінки, яких мають дотримуватися усі співробітники.
4. Традиції та символи: Створюються та впроваджуються корпоративні традиції, символіка, ритуали та інші елементи, які візуально відображають культуру організації.
5. Мотивація: Розробляється система мотивації, яка стимулює співробітників дотримуватися цінностей та норм поведінки, а також сприяє досягненню спільних цілей.
6. Документування: Усі вищезазначені складові корпоративної культури закріплюються в офіційному документі (положення про корпоративну культуру, кодекс тощо).
7. Програма розвитку: Розробляється та впроваджується програма поступового розвитку й вдосконалення корпоративної культури [7, с.114].

Е. Шейн, який є одним з найвідоміших розробників концепції корпоративної культури, вважає, що роль корпоративної культури підприємства може змінюватися відповідно до етапу його життєвого циклу. На етапі становлення, наприклад, корпоративна культура «скріплює» підприємство, вкорінює цінності у свідомості колективу, що сприяє досягненню успіху. На середній стадії вона стає окремим чинником в житті організації, встановлює політику управління персоналом, норми комунікації із зовнішнім середовищем, допомагає організації адаптуватись до мінливих умов існування. Під час етапу зрілості а, тим паче, на стадії занепаду культура може виявитися «важким грузом» для підприємства, але він стає таким звичним, що це важко зрозуміти, у цей момент керівнику необхідно знайти сили для впровадження змін [4].

Основні принципи формування, розвитку й зміни корпоративної культури (рис. 1.4):

1. Усвідомлення: Цей принцип наголошує на необхідності чіткої мети та розуміння змін усіма учасниками. Важливо запалити людей новою ідеєю та мотивувати їх до її втілення.
2. Системність: Зміна корпоративної культури - це не хаотичний процес, а чітко структурована система. Вона має етапи підготовки та реалізації, ретельно продумані кроки та ресурси.
3. Ресурсне забезпечення: Для успішної зміни необхідні ресурси: інформаційні, кадрові, фінансові. Їх варто забезпечити на всіх етапах.
4. Прогнозування: Важливо враховувати опір змінам з боку середовища та прогнозувати наслідки нововведень. Це допоможе уникнути стихійних змін та забезпечити плавний перехід.
5. Стійкість: Зміна корпоративної культури має бути стійкою до зовнішніх впливів. Це передбачає гнучкість та адаптованість до нових умов.
6. Гармонійність: Зміна має узгоджуватися з інтересами всіх учасників, забезпечувати психологічний комфорт та синхронно розвиватися з організацією загалом.

Ці принципи не існують ізольовано, а тісно взаємодіють між собою. Синергетичний ефект від їх поєднання посилює дію кожного з них.

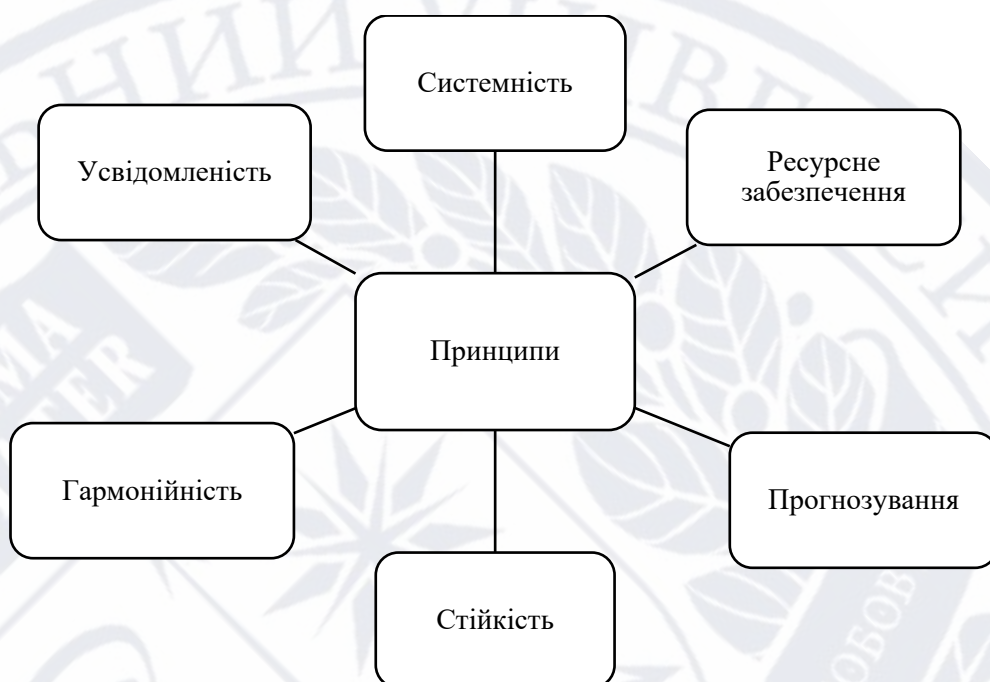


Рисунок 1.4 – Принципи формування, розвитку й зміни корпоративної культури [7, с.116]

Корпоративна культура, як продукт діяльності підприємства, існує незалежно від людських бажань. Вона може мати суперечливий характер, сприяючи або заважаючи втіленню управлінських стратегій. Тому, важливим завданням керівництва стає свідомий вплив на корпоративну культуру та цілеспрямоване внесення змін, які відповідають цілям розвитку організації.

Потреба в збереженні, зміцненні або зміні корпоративної культури визначається двома ключовими факторами:

- З боку організації: рівень її організаційної ефективності. Це може включати такі показники, як продуктивність, прибутковість, лояльність клієнтів тощо.
- З боку працівників: рівень їх задоволеності працею. Це може включати такі фактори, як мотивація, залученість, баланс між роботою та особистим життям тощо.

Корпоративна культура, в свою чергу, впливає на ці два фактори. Здорова та сприятлива корпоративна культура може сприяти підвищенню організаційної ефективності та задоволеності працею, тоді як негативна або токсична культура може мати зворотний вплив.

Рисунок 1.5 демонструє основні чинники, які впливають на формування та розвиток корпоративної культури. Серед них вирішальну роль відіграє керівник (або власник) та його найближче оточення. Цілі та цінності, що сповідуються топ-менеджментом, стають фундаментом для формування корпоративної культури. Так як будь-яке підприємство не існує в ізоляції, воно змушене враховувати вимоги зовнішнього середовища у своїй корпоративній культурі. Це стосується як очікувань ринку, так і загальних норм та цінностей суспільства. На формування та вдосконалення корпоративної культури впливають також і внутрішні фактори, такі як структура організації, система комунікацій, методи стимулювання та покарання тощо.

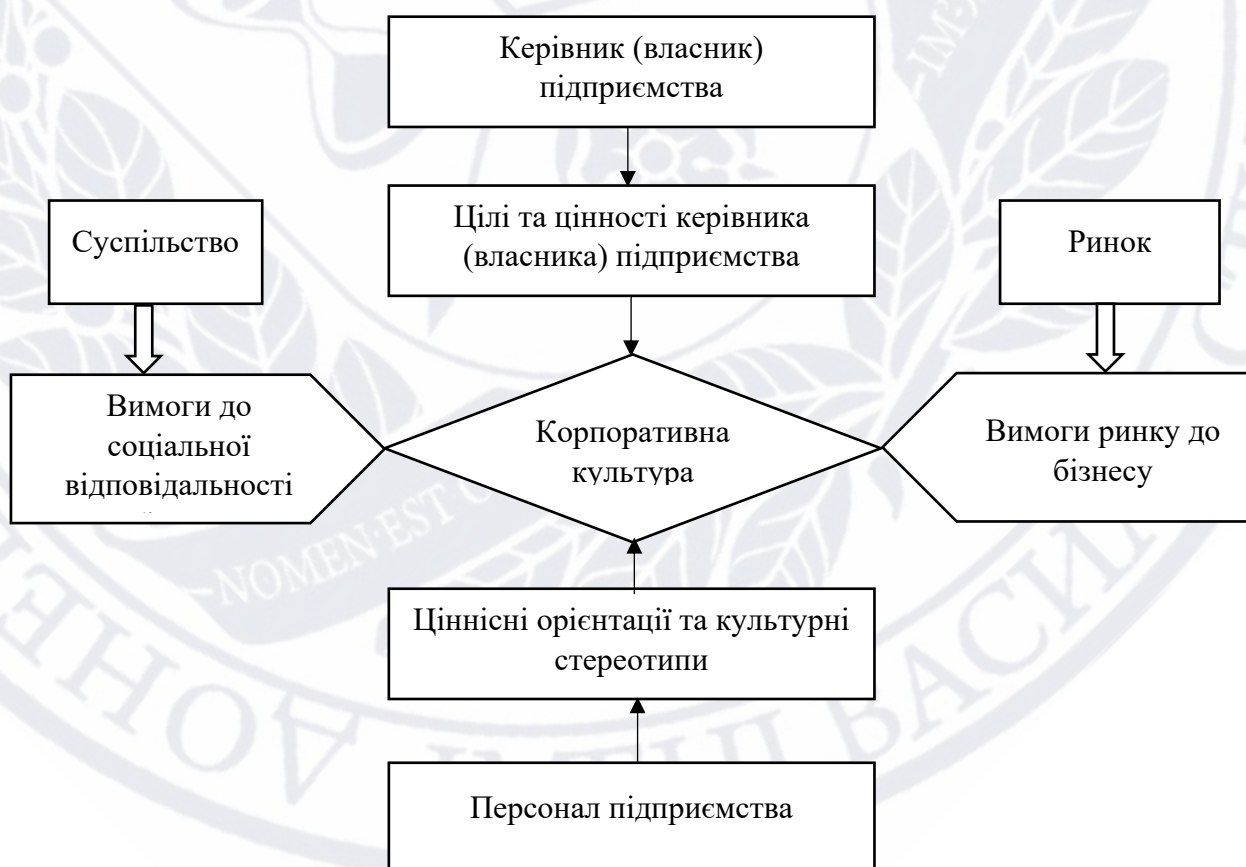


Рисунок 1.5 – Чинники, що впливають на формування та розвиток корпоративної культури [4]

Для створення сильної та сприятливої корпоративної культури керівництву необхідно ретельно враховувати вплив усіх вищезазначених чинників. Цілі та цінності, що декларуються, повинні бути послідовними з реальними діями та поведінкою керівництва та всіх працівників. Корпоративна культура має бути динамічною та здатною адаптуватися до мінливих умов ринку та суспільства.

Наразі українські підприємства активно займаються розвитком власної корпоративної культури. Задля цього постійно організовують різноманітні конференції, тренінги та корпоративні вечори. Це є першим кроком на шляху до впровадження формалізованої корпоративної культури. Великі підприємства прагнуть формувати корпоративну культуру із застосуванням провідного світового досвіду, а саме: тренінгів для персоналу, корпоративного сайту, сторінок у соціальних мережах, дошок оголошень з пропозиціями [1].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ»

2.1 Загальна характеристика та аналіз діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Мега Лайфсайенсіз» – це фармацевтична компанія, що спеціалізується на продуктах для охорони здоров'я та добавках. Зареєстрована 23.09.2014 за адресою місто Київ, вулиця Радищева, будинок 10/14, корпус А, офіс 209. Компанія є юридичною особою згідно із законодавством України з наступними правами та обов'язками. Керівником організації є Ядав Мохан Рамчандра [11].

Розмір статутного капіталу складає 1 174 809 грн.

Будь-яка компанія діє на основі статуту, ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» також має власний статут, згідно з яким існують певні норми, що регулюють його діяльність, відносини з іншими суб'єктами господарювання. Форма власності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» є приватною.

Відповідно до Статуту компанія створена з метою задоволення попиту покупців на фармацевтичні товари та здійснення іншої діяльності, передбаченої Статутом і яка не суперечить чинному на території України законодавству, а також реалізації на основі отриманого прибутку соціальних та економічних інтересів власника компанії.

Місія компанії полягає у тому, щоб надавати якісні продукти та послуги клієнтам і споживачам шляхом постійного вдосконалення та інновацій.

Метою компанії є забезпечити доступ мільйонам людей до безпечних, ефективних, світового рівня якості лікарських засобів, дієтичних добавок та продуктів для здоров'я.

Цінності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»:

- Повага. Кожен відрізняється і приносить свої особливі здібності до команди. Команда складається з пристрасних, відданих і турботливих людей,

які мають різні погляди. Компанія заохочує повагу серед членів команди, сприяючи формуванню культури навчання і зміни разом. Мега Лайфсайенсіз є роботодавцем рівних можливостей і не робить дискримінації щодо раси, національності, релігії, громадянського статусу, статі та сексуальної орієнтації. Компанія поважає гарний баланс роботи та життя.

- **Свобода.** Мега Лайфсайенсіз наполягає на свободі бути самим собою, заохочуючи працівників робити те, що для них найкраще. Компанія вірить, що їх працівники – це дорослі люди, які прийматимуть відповідальні рішення, коли їм буде дана свобода.
- **Довіра.** Мега Лайфсайенсіз довіряє людям як дорослим, які знають, що потрібно зробити. Компанія довіряє 100-відсотково людям, які в ній працюють, доки ця довіра не буде втрачена. Довіра компанії переходить межі власного колективу, вона поширюється до постачальників і партнерів, які працюють разом, щоб допомогти створити цінність для клієнтів.
- **Правда.** Бути правдивим у тому, що робить компанія кожного дня, - це спосіб життя в Мега Лайфсайенсіз. Компанія не буде виробляти, продавати та розповсюджувати будь-який продукт, який не є безпечним для людини. Мега Лайфсайенсіз робить все для того, щоб повідомити і правдиво інформувати всіх про свою діяльність, успіхи та невдачі, а також про власні помилки [11].

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

46.46 Оптова торгівля фармацевтичними товарами.

Додаткові види діяльності:

47.74 Роздрібна торгівля медичними й ортопедичними товарами в спеціалізованих магазинах;

47.73 Роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах.

ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» має лінійно-функціональну організаційну структуру управління, яка поєднує в собі лінійну та функціональну структури.

В її основі лежить принцип розподілу повноважень та відповідальності за функціями та прийняття рішень по вертикалі. Лінійно-функціональна структура дозволяє організувати управління за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій.

Організаційна структура управління ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» наведена на рисунку 2.1

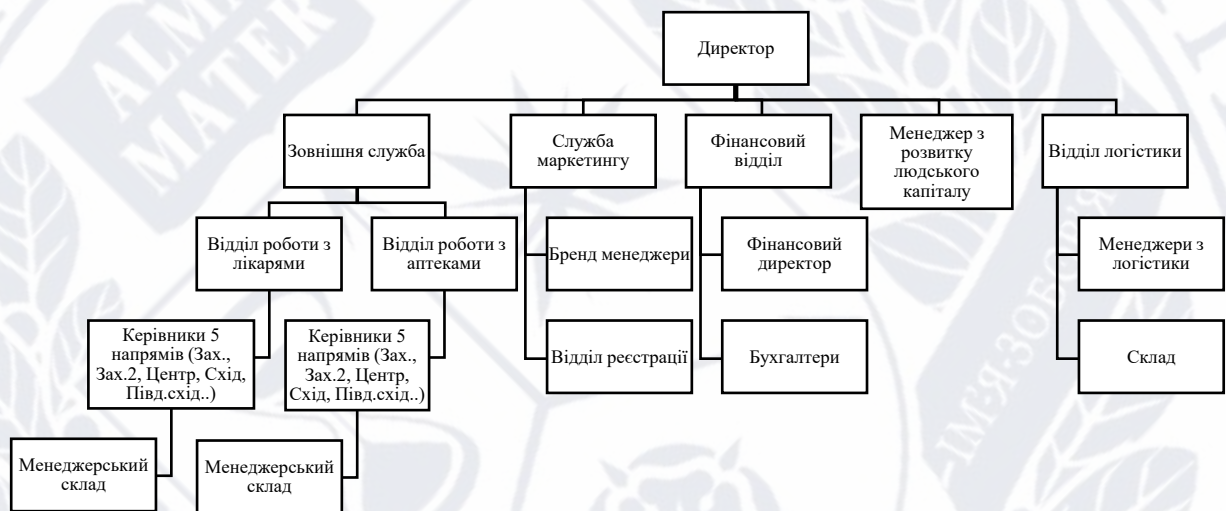


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ТОВ «Мега Лайфсайенсиз»

Вищим органом управління ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» є директор.

До виключної компетенції директора підприємства виносяться такі питання:

- затвердження змін та доповнень до Статуту;
- затвердження програм і планів роботи підприємства, кошторису доходи, витрат і звітів про їх виконання;
- призначення і звільнення головного бухгалтера та членів ревізійної комісії;
- зміна розмірів Статутного фонду і встановлення порядку та умов внесення додаткових внесків;
- затвердження звітів ревізійної комісії;

- затвердження основних внутрішніх документів Підприємства;

Керівник відділу логістики здійснює комунікацію з постачальниками, укладає договори, контролює реорганізацію складських приміщень, складський облік; бере участь у проведенні інвентаризацій та роботі з претензіями.

Фінансовий відділ здійснює ведення бухгалтерського обліку та звітності. Основним завданням фінансового директора є забезпечення планування економічних показників підприємства методом повсякденного аналізу господарської діяльності на основі оперативних даних обліку підприємства, виявлення на основі аналізу діяльності, резервів продуктивності праці і зниження собівартості.

Менеджер з розвитку людського капіталу відповідальний за такі завдання, як навчання та розвиток, найм та звільнення, а також управління компенсаціями та пільгами.

Основну діяльність з дистрибуції товарів здійснює зовнішня служба, яка складається з двох відділів. Робота з лікарям, тобто дистрибуція рецептурних препаратів та робота з аптеками, дистрибуція без рецептурних препаратів. Ці відділи діють у 5 напрямках відповідно до географічного розташування це – «Захід», «Захід 2», «Центр», «Схід», «Південний схід».

Сфери уваги ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»:

- Дотримання законодавства про навколишнє середовище та тих, що стосуються безпеки та здоров'я працівників і суспільства;
- Питання щодо ефективності продукту та відповідальності за продукт;
- Інвестиції в технології, які сприяють стійкості навколишнього середовища;
- Оптимальне використання природних ресурсів, таких як вода, електроенергія та інші;
- Умови праці.

Функціонування ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» здійснюється завдяки ефективному поєднанню зовнішніх та внутрішніх елементів середовища існування підприємства. Основними елементами внутрішнього середовища є: персонал, технологія, ціль, завдання та структура. Усі згадані елементи утворюють в сукупності систему управління підприємства. Основними елементами зовнішнього середовища підприємства є споживачі, постачальники, органи державної влади.

Планово-економічна діяльність підприємства розподілена між керівниками усіх відділів. Відділ маркетингу, розробляє перспективні та поточні плани розвитку підприємства, проводить дослідження ринку, розробляє маркетингові стратегії; відділ фінансів, здійснює планування та контроль використання фінансових ресурсів. Кінцевий контроль здійснює директор підприємства на основі звітів усіх відділів.

Основними завданнями планово-економічної діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» є:

- Прогнозування економічного та соціального розвитку підприємства: аналіз ринкових умов, конкурентного середовища, ресурсних можливостей підприємства тощо.
- Розробка планів економічного та соціального розвитку підприємства: визначення цілей, стратегії та тактики розвитку підприємства, конкретних планових показників.
- Забезпечення ресурсами виконання планів: розрахунок потреби в ресурсах, пошук джерел їх фінансування, оптимізація використання ресурсів.
- Контроль виконання планів: моніторинг виконання планових показників, виявлення відхилень, вжиття заходів щодо їх усунення.
- Аналіз економічної та соціальної діяльності підприємства: оцінка результатів діяльності підприємства, виявлення резервів підвищення ефективності.

У ТОВ «Мега Лайфсайенсіз», розробка стратегії є відповідальністю кількох ключових посад та відділів, які співпрацюють для досягнення

стратегічних цілей компанії. Директор відповідає за визначення загальної стратегії компанії та вирішення стратегічних питань. Він співпрацює з іншими керівниками та відділами для розробки та впровадження стратегії. Бренд менеджери відповідальні за аналіз ринку, конкурентів та внутрішніх можливостей компанії, розробку стратегічних ініціатив та формулювання довгострокової стратегії. Фінансовий відділ забезпечує аналіз фінансових показників, оцінку стратегічних ініціатив та допомагає в управлінні фінансовими ресурсами для досягнення стратегічних цілей. Відділ управління людськими ресурсами відіграє ключову роль у розробці стратегії щодо найму, розвитку та утримання талановитого персоналу, а також у створенні корпоративної культури, яка підтримує стратегічні цілі компанії.

Ці відділи та посади співпрацюють та взаємодіють для розробки та впровадження стратегії компанії, забезпечуючи її успішний розвиток та досягнення стратегічних цілей.

Для виявлення сильних та слабких сторін ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» побудовано матрицю SWOT-аналізу (табл. 2.1). Аналіз спрямований на те, щоб зрозуміти поточну позицію компанії та її потенційні майбутні перспективи на ринку охорони здоров'я. Усупереч наявності слабких сторін і загроз, компанія має потужний потенціал для успіху завдяки інноваціям, глобальному присутності, репутації бренду та іншим сильним сторонам. Однак, важливо вирішити проблеми слабких сторін і ефективно використовувати можливості, щоб зменшити вплив загроз і забезпечити стійкий розвиток компанії.

Місія компанії: «Надавати якісні продукти та послуги клієнтам і споживачам шляхом постійного вдосконалення та інновацій». Отже, місія ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» відповідає його сильним сторонам та можливостям, а також допомагає зменшити вплив слабких сторін і загроз. Це підтримує конкурентоспроможність компанії та сприяє її успішності на ринку.

Таблиця 2.1 – SWOT-аналіз ТОВ «Мега Лайфсайенсиз»

Сильні сторони:	Слабкі сторони:
- Інноваційні продукти та рішеннями для охорони здоров'я, забезпечують компанії конкурентну перевагу на ринку. - Компанія працює в багатьох країнах, що дає їй світове ім'я та визнання - Репутація бренду підвищує довіру та лояльність клієнтів. - Інвестиції в дослідження та розробки, що дає змогу розробляти нові формули та покращувати наявні продукти. - Надійні заходи контролю якості для забезпечення безпеки та ефективності продукції.	- Залежність від регуляторних дозволів. - Ринкова конкуренція з боку інших фармацевтичних і медичних компаній, що впливає на частку ринку та стратегії ціноутворення. - Компанія вразлива до збоїв у ланцюзі постачання, що впливає на доступність сировини або розподіл продукції. - Успіх компанії значною мірою залежати від ключових керівників або дослідників, що створює ризик, якщо вони покинуть компанію.
Можливості:	Загрози:
- Формування стратегічного партнерства з іншими медичними компаніями чи дослідницькими установами може підвищити інновації та охоплення ринку. - Диверсифікація пропозицій продуктів або вихід на нові терапевтичні сфери може відкрити додаткові джерела доходу. - Використання цифрових тенденцій у сфері охорони здоров'я, таких як додатки для відстеження стану здоров'я, може підвищити залучення клієнтів і присутність на ринку. - Старіння населення відкриває можливості для компанії, задовольняти потреби здоров'я, пов'язані з віком.	- Регуляторні проблеми, а саме зміни в нормативних актах або вимогах щодо відповідності - Економічні спади або коливання обмінних курсів валют можуть вплинути на споживчі витрати на медичні продукти. - Технологічний прогрес в галузі охорони здоров'я може вимагати значних інвестицій, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Відповідно до поставлених цілей на ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» розробляють систему планів. Цілі поділені на стратегічні, тактичні, оперативні, а відповідно до цього плани також класифікують як стратегічні, тактичні та оперативні.

2.2 Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»

Управлінням фінансовою діяльністю підприємства займається фінансовий відділ. Штат відділу складається з 3 осіб (фінансового директора та 2 бухгалтерів). Працівники є висококваліфікованими, досвідчені у своїй справі. Крім ведення фінансової документації та звітності, цей відділ також займається аналітикою, тобто аналізує стан підприємства, а також різних його підрозділів.

Для кращого розуміння стану підприємства було проведено аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» за 2019-2023 роки.

Таблиця 2.2 – Вихідні дані для аналізу середньорічної вартості основних засобів за 2019-2023 роки

Показники	2019	2020	2021	2022	2023
Основні засоби на початок року	13126	12989	9095	9471	5413
Основні засоби на кінець року	12989	9095	9471	5413	2633
Середньорічна вартість основних засобів	13057,5	11042	9283	7442	4023

З таблиці 2.2 видно, що середньорічна вартість основних засобів знижувалась протягом аналізованого періоду з 2019 по 2023 рік. Найвища середньорічна вартість була в 2019 році і складала 13057,5. Потім вона поступово зменшувалась, досягнувши найнижчого показника в 2023 році. Падіння середньорічної вартості основних засобів є ознакою ряду факторів, таких як знос, знецінення або ж стратегічні рішення компанії щодо реалізації, оновлення або заміни активів. Також можна відзначити, що в 2020 та 2021 роках спостерігалися великі зміни у вартості основних засобів порівняно з

попереднім роком, що може бути пов'язано з економічними труднощами та стратегічними змінами у бізнесі.

Таблиця 2.3 – Аналіз стану основних засобів за 2019-2023 роки, на кінець року

Показники	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021	01.01.2022	01.01.2023
Первісна вартість	19692	19187	23066	23525	22778
Залишкова вартість	12989	9095	9471	5413	2633
Знос	6703	10092	13595	17839	20145
Коефіцієнт зносу	0,34	0,53	0,59	0,76	0,88

За результатами аналізу в таблиці 2.3, помітно, що коефіцієнт зносу основних засобів постійно зростає протягом аналізованого періоду. Зростання коефіцієнту зносу може бути сигналом про те, що підприємству необхідно вжити заходів щодо оновлення основних засобів, підвищення ефективності їх використання. Загалом можна сказати, що стан основних засобів погіршувався протягом аналізованого періоду через знос і зменшення залишкової вартості.

Таблиця 2.4 – Аналіз ефективності використання основних засобів за 2019-2023 роки, на кінець року

Показники	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід	213842	246530	271130	243588	298311
Середньорічна вартість основних засобів	13057,5	11042	9283	7442	4023
Фондовіддача	16,377	22,327	29,207	32,732	74,151
Фондоємність	0,061	0,045	0,034	0,031	0,013
Фондоозброєність	163,22	128,40	105,49	80,89	41,9062
Чисельність	80	86	88	92	96

З таблиці 2.4 видно, що чистий дохід компанії зростає протягом усього аналізованого періоду. Це ознака покращення фінансової ефективності та успішності бізнесу. Середньорічна вартість основних засобів зменшувалась, що є результатом зносу. Показник фондовіддача, який вказує на відношення між чистим доходом та середньорічною вартістю основних засобів зростає, це свідчить про покращення ефективності використання основних засобів у виробничих процесах. Показник фондоємність показує співвідношення між чистим доходом та кількістю основних засобів, його зменшення вказує на те, що компанія досягає збільшення чистого доходу на кожний актив.

Таблиця 2.5 – Склад та темпи росту операційних витрат ТОВ «Мега Лайфсайенсіз», 2019-2023 рр, тис. грн.

Витрати	2019	2020	2021	2022	2023	Темп росту, %
Матеріальні затрати	5068	12210	10197	16618	19219	379%
Витрати на оплату праці	19028	31563	33249	41734	46749	246%
Відрахування на соціальні заходи	3752	6085	6624	7484	8019	214%
Амортизація	3662	3973	4976	5197	3690	101%
Інші операційні витрати	63319	76673	73870	113070	98909	156%
Разом	94829	130504	128916	184103	176586	186%

Аналізуючи склад та темпи росту операційних витрат (табл. 2.5), можна побачити, що всі види витрат зросли протягом п'яти років. Особливо значний ріст спостерігається у матеріальних затратах, витратах на оплату праці та інших операційних витратах.

Такий ріст може свідчити про збільшення обсягу діяльності компанії або підвищення цін на ресурси та послуги.

Таблиця 2.6 – Питома вага елементів операційних витрат ТОВ «Мега Лайфсайенсіз», 2019-2023 рр, %

Назва статті	2019	2020	2021	2022	2023	Темпи росту, %
Матеріальні затрати	5%	9%	8%	9%	11%	204%
Витрати на оплату праці	20%	24%	26%	23%	26%	132%
Відрахування на соціальні заходи	4%	5%	5%	4%	5%	115%
Амортизація	4%	3%	4%	3%	2%	54%
Інші операційні витрати	67%	59%	57%	61%	56%	84%
Разом	100%	100%	100%	100%	100%	

Аналізуючи дані наведені в таблиці 2.6, можна побачити, що питома вага матеріальних затрат та витрат на оплату праці зростає протягом періоду спостережень, в той час як питома вага амортизації та інших операційних витрат зменшилась. Це може вказувати на зміни в структурі витрат компанії або на зміну управлінських підходів до управління ресурсами. Найбільший темп приросту за аналізований період склав 204% по показнику матеріальних затрат.

Основана частка витрат підприємства припадає на інші операційні витрати, у 2023 році вони складають 56% від загального обсягу витрат. Ці витрати включають різноманітні операційні витрати, які не можуть бути однозначно віднесені до інших категорій. Це зумовлено тим, що підприємство займається дистрибуцією товарів, а не їх виготовленням. До складу таких інших операційних витрат підприємства – є маркетинг та реклама, адміністративні витрати, транспортні та комунальні витрати, ремонт та обслуговування, консультаційні та професійні послуги.

Дані в таблиці 2.7 представляють аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів для ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» за період з 2019 по 2023 рік. Найвагоміший зріст відбувся у матеріальних затратах. Починаючи з 5068 тис. грн у 2019 році, вони зросли до 19219 тис. грн у 2023 році, темп росту склав 379,22%.

Таблиця 2.7 – Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів ТОВ «Мега Лайфсайенсиз», 2019-2023 рр, %

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Темпи росту, %
Матеріальні затрати	5068	12210	10197	16618	19219	379,22%
Матеріаловіддача	42,19	20,19	26,59	14,66	15,52	36,79%
Матеріалоемність	0,02	0,05	0,04	0,07	0,06	271,84%
Чистий дохід	213 842	246 530	271 130	243 588	298 311	139,50%
Витрати на 1 грн чистого доходу	0,645	0,520	0,480	0,491	0,434	67,27%
Собівартість реалізованої продукції	138008	128109	130083	119578	129515	93,85%

Матеріаловіддача знизилась, а матеріалоемність на підприємстві зростає. Ця тенденція є негативною, проте імовірно що вона зумовлена зовнішніми факторами, такими як зріст цін на матеріали та зміна економічної ситуації. Витрати на 1 грн чистого доходу зменшилися, що вказує на більш ефективне використання ресурсів для генерації прибутку.

Використання чистого прибутку компанії включає кілька напрямків. Ось деякі з найбільш вагомих напрямків використання чистого прибутку:

- Реінвестування в бізнес. Це включає розширення компанії, введення нових продуктів чи послуг, а також розвиток нових ринків. Реінвестування прибутку допомагає компанії збільшити свою конкурентоспроможність та здійснювати ріст у майбутньому.
- Виплата дивідендів: Компанія використовує чистий прибуток для виплати дивідендів акціонерам корпорації. Це спосіб віддячувати інвесторам за їхню підтримку та залучені кошти.
- Фінансування досліджень та розробок нових продуктів. Хоч компанія не задіяна безпосередньо у виробництві продукції, та вона постійно проводить дослідження. Це допомагає компанії залишатися конкурентоспроможною на ринку та привертати нових клієнтів.
- Винагороди для працівників. Компанія використовує свій чистий прибуток для виплати премій та бонусів для своїх працівників. Це сприяє збереженню та мотивації персоналу.
- Активація корпоративної соціальної відповідальності (CSR). Компанія використовує частку прибутку на реалізацію програм соціальної відповідальності, таких як допомога у вирішенні екологічних проблем, сприяння освіті тощо.

Дані в таблиці 2.8 надають огляд фінансових результатів діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» за період з 2019 по 2023 рік. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зріс від 213842 тис. грн у 2019 році до 298311 тис. грн у 2023 році. Темп росту склав 140%. Собівартість реалізованої продукції знизилась 138008 тис. грн у 2019 році до 129515 тис. грн у 2023 році. Темп росту склав 94%. Значно зріс валовий прибуток, темп росту склав 223%. Чистий прибуток також відновився після збитків у 2019 та 2020 роках, досягнувши 3998 тис. грн у 2023 році. Інші операційні доходи та витрати, а також інші фінансові показники, такі як доходи від участі в капіталі та фінансові витрати, залишаються на рівні нуля, що вказує на їх відсутність.

Таблиця 2.8 – Аналіз фінансових результатів діяльності ТОВ «Мега Лайфсайенсиз», 2019-2023 рр, тис.грн

Показник	2019	2020	2021	2022	2023	Темп росту, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	213842	246530	271130	243588	298311	140%
Собівартість реалізованої продукції	138008	128109	130083	119578	129515	94%
Валовий прибуток	75834	118421	141047	124010	168796	223%
Інші операційні доходи	22813	7140	8476	501	6307	28%
Адміністративні витрати	6916	10743	11012	9102	7769	112%
Витрати на збут	84765	81169	111363	120257	148315	175%
Інші операційні витрати	3148	38798	6542	51023	14743	468%
Прибуток від операційної діяльності	3818	-5149	20606	-55871	4276	112%
Інші фінансові доходи	0	0	0	0	0	x
Інші доходи	654	1009	827	727	921	141%
Дохід від участі в капіталі	0	0	0	0	0	x
Фінансові витрати	0	0	0	0	0	x
Втрати від участі в капіталі	0	0	0	0	0	x
Інші витрати	0	0	0	0	0	x
Прибуток (збиток) до оподаткування	4472	-4140	21433	-55144	5197	116%
Податок на прибуток	-831	710	-3893	99250	-1199	144%
Чистий прибуток (збиток)	3641	-3430	17540	-45219	3998	110%

Загалом, компанія показала значне зростання чистого доходу та прибутку від операційної діяльності протягом періоду спостережень, що свідчить про позитивні тенденції у її фінансовій діяльності. Однак слід звернути увагу на збитки у певні роки та можливі причини, що спричиняли їх, для покращення майбутніх результатів.

Структура прибутку ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» (табл. 2.9), що складається із співвідношення різних видів прибутку, отриманих підприємством за звітний період, показує, що валовий прибуток зростав що свідчить про позитивну динаміку. Фінансовий результат від операційної діяльності має від'ємні значення у 2020 та 2022 році, що може вказувати на

проблеми або втрати в операційній діяльності. Чистий фінансовий результат, як і фінансовий результат від операційної діяльності, має коливання та нестабільність. Однак, у останній рік спостерігається позитивна динаміка, коли компанія знову заробила прибуток після попередніх збитків.

Таблиця 2.9 – Структура прибутку ТОВ «Мега Лайфсайенсiз», 2019-2023 рр, %

Показники	2019		2020		2021		2022		2023	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Валовий прибуток	7583 4		11842 1		14104 7		12401 0		16879 6	
Фінансовий результат від операційної діяльності	3818	85%	-5149	124 %	20606	96%	- 55871	101 %	4276	82%
Фінансовий результат від інвестиційної діяльності	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Фінансовий результат від фінансової діяльності	654	15%	1009	- 24%	827	4%	727	-1%	921	18%
Фінансовий результат до оподаткування	4472	100 %	-4140	100 %	21433	100%	- 55144	100 %	5197	100 %
Чистий фінансовий результат	3641		-3430		17540		- 45219		3998	

Отже, в цілому, компанія показує певну стабільність та позитивну динаміку у своїй діяльності, але можливо має проблеми з управлінням витратами та ефективністю операційної діяльності. Рекомендації можуть включати подальше удосконалення системи управління витратами, пошук нових шляхів оптимізації операцій та розвиток додаткових джерел прибутку.

2.3 Оцінка рівня корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсиз»

ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» – це незалежна організація, заснована на простих універсальних цінностях (рис. 2.2). Співробітникам надається можливість будувати кар'єру та покращувати своє життя, а також покращувати життя своїх клієнтів і партнерів. Співробітники компанії почуваються вільно, діють сміливо, експериментують та ризикують. Підприємство робить все можливе, щоб досягти цього, сприяючого та дбаючого середовища.



Рисунок 2.2 – Цінності ТОВ «Мега Лайфсайенсиз»

Життєвий шлях працівника компанії керується цінностями, щоб зробити компанію місцем, де люди можуть змінювати світ.

«Ми дбаємо» — це гасло організації, спосіб робити щодня та з усіма, з ким відбувається спілкування. Компанія дбає про довіру та правду в усьому, що робить. Ця культура допомагає розвивати майбутнє кожного працівника, а також створювати комфортне та інклюзивне робоче місце.

Корпоративна культура включає активне просування цінностей компанії серед співробітників. Також стимулюється відкритий обмін інформацією та комунікація між керівництвом та працівниками. Менеджер з розвитку

людського капіталу створює сприятливе робоче середовище, яке спонукає до творчості, інновацій та співпраці.

Імідж компанії як роботодавця створює її HR-бренд. Підприємство активно будує свій імідж як привабливого роботодавця, який пропонує можливості для розвитку кар'єри та робоче середовище, сприятливе для зростання. Постійно створюються програми та ініціативи, спрямовані на залучення співробітників до співпраці та підтримки HR-бренду компанії.

Кадрова політика компанії включає – рекрутинг і відбір персоналу, навчання і розвиток, компенсаційний пакет, сприяння роботі та балансу між роботою та особистим життям. Стратегії рекрутингу, спрямовані на привертання висококваліфікованих фахівців в галузі фармацевтики та науки про здоров'я. Компанія надає можливості для професійного зростання та навчання співробітників через внутрішні програми навчання, курси та семінари. ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» пропонує конкурентоспроможну зарплату, бонусні програми та інші переваги для залучення та утримання талановитого персоналу. Сприяння роботі та балансу між роботою та особистим життям одна з ключових задач управління персоналом. Компанія розробляє політику, яка сприяють збереженню балансу між роботою та особистим життям своїх працівників.

Ці аспекти спільно формують образ ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» як роботодавця та сприяють створенню продуктивного та високоефективного робочого середовища для її співробітників. Станом на 2023 рік на підприємстві працює 96 осіб.

Дані в таблиці 2.10 представляють аналіз ефективності використання трудових ресурсів та фонду заробітної плати для ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» за період з 2019 по 2023 рік. Кількість працівників зросла з 80 осіб у 2019 році до 96 осіб у 2023 році. Темп росту склав 120%. Середньомісячна оплата праці зростала з 23729,17 грн у 2019 році до 47541,67 грн у 2023 році. Темп росту склав 200%. Компанія зазнала перевитрат ФЗП у 2020 та 2022 роках, але здійснила економію в 2019 та 2023 роках. Аналізуючи дані, можна зробити

висновок, що хоча компанія збільшила чисельність працівників та фонд оплати праці, ефективність використання трудових ресурсів не завжди була оптимальною. Зростання середньомісячної оплати праці перевищувало зростання продуктивності праці у певні роки, що може вказувати на необхідність удосконалення управління персоналом та процесами в компанії.

Таблиця 2.10 – Аналіз ефективності використання трудових ресурсів та фонду заробітної плати ТОВ «Мега Лайфсайенсиз», 2019-2023 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Темпи росту, %
Чисельність, осіб	80	86	88	92	96	120%
Фонд оплати праці, тис. грн.	22780	37648	39873	49218	54768	240%
Середньомісячна оплата праці, грн.	23729,17	36480,62	37758,52	44581,52	47541,67	200%
Продуктивність праці, тис. грн на 1 особу	2673,03	2866,63	3081,02	2647,7	3107,41	116%
Індекс зростання ЗП, %		154%	104%	118%	107%	
Індекс зростання ПП, %		107%	107%	86%	117%	
Коефіцієнт випередження, %		70%	104%	73%	110%	
Економія (перевитрати) ФЗП, тис. грн.		25093,2	-1526,7	21730,1	-5336,1	

Закон України “Про оплату праці” від 24.04.1995р. №108/95-ВР визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах, на підставі трудового договору з підприємствами, організаціями усіх форм власності та господарювання, а також з окремими громадянами та сфери державного та договірної регулювання оплати праці і спрямований на забезпечення відтворювальної і стимулюючої функції заробітної плати [12].

Компенсаційна політики ТОВ «Мега Лайфсайенсиз» включає такі аспекти:

1. Конкурентоспроможна зарплата. Компанія пропонує своїм працівникам конкурентоспроможні зарплати, які відповідають ринковим

стандартам для сектору фармацевтики та наук про здоров'я. Середньомісячна оплата праці станом на 2023р. становить 47541,67грн (табл. 2.10).

2. Бонусні програми. ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» має бонусні програми для працівників, які включають в себе премії за досягнення цілей, успішні проекти або високі показники продажів.

3. Пакет переваг. Компанія пропонує своїм співробітникам різноманітні переваги, такі як медичне страхування, страхування на випадок хвороби, пенсійні програми, допомогу в утриманні фізичної форми, знижки на продукцію компанії тощо.

4. Гнучкі робочі умови. ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» має політику гнучкості робочого часу та дистанційної роботи, яка дозволяє працівникам більш ефективно балансувати роботу та особисте життя.

5. Нагороди та визнання. На підприємстві є програми нагород та визнання для відзначення внеску працівників, зразковість у виконанні обов'язків та досягнень у професійному розвитку.

6. Розвиток кар'єри. Підприємство надає можливості для професійного зростання та розвитку кар'єри своїх працівників через навчання, тренінги, стажування та внутрішні програми підготовки.

7. Прозора система компенсації. Компанія має прозору систему компенсації, яка пояснює критерії визначення зарплати, бонусів та інших видів компенсації, щоб забезпечити справедливість та прозорість у відносинах з працівниками.

Ці аспекти компенсаційної політики у комплексі сприяють залученню та утриманню талановитих співробітників у ТОВ «Мега Лайфсайенсіз», підвищують задоволення працівників та сприяють досягненню стратегічних цілей компанії.

З метою підвищення рівня задоволеності працівників результатами праці, керівництво ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» дотримується таких правил:

- при доборі кадрів намагається приймати на роботу фахівців, які люблять свою справу і мають потенційні можливості для вдосконалення майстерності;
- за наявності умов максимально враховує побажання співробітників щодо виконання конкретних обов'язків;
- справедливо оцінює діяльність співробітників з визначення усіх позитивних якостей праці і ставлення до неї;
- звертає увагу на період трудової адаптації нових працівників. На підприємстві гарантії в оплаті праці надаються законодавством, внутрішніми правилами і договірними відносинами.

ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» забезпечує рівні можливості працевлаштування для всіх у рамках законодавства України. Люди будь-якої статі, раси, касты, релігії чи національності розглядаються при працевлаштуванні та розглядаються як рівні у роботі. Політика трудової зайнятості компанії відображає справедливість і рівність. Будь-яка поведінка, що порушує цю політику, розглядається як ворожа, і керівництво зобов'язане вжити відповідних заходів. Компанія поважає індивідуальні відмінності та поважає працівників такими, якими вони є.

У робочому просторі, при зустрічі з колективом, відчується дружня атмосфера в усій ієрархії. Відчувається емоційний зв'язок між людьми. Людям дозволено працювати з творчістю, свободою та винахідливістю, вони беруть на себе повну відповідальність за свою роботу.

У компанії вірять, що прагнення до знань робить людей скромними, спритними та підіймає до вершин. Застосування знань світового рівня на основі цінностей є наріжним каменем «мегакультури».

Турбота про здоров'я людей – це набагато більше, ніж просто мета компанії – це серце амбітної та гордої корпоративної культури. Це справа, яка об'єднує всю команду. Тому у компанії вірять у мислення, зміни та зростання.

Уся міжнародна компанія Mega Lifesciences Public Company Limited регулярно збирається, щоб обмінятися знаннями та отримати мудрість на

спільний форум «Minds We Share». Це форум, на який запрошують всесвітньо відомих спікерів, щоб запропонувати нові перспективи, учасники потім передають ці знання своїм командам по всьому світу.

У кожній компанії корпоративна культура є унікальною і для того, щоб вжити заходів задля її покращення, необхідно зрозуміти, що відбувається на даний момент. Для цього можна застосувати наступні методи:

- Спостереження;
- Неформальні інтерв'ю;
- Опитування і анкетування серед працівників для виявлення рівня корпоративної культури в компанії;
- Аналіз результатів анкетування та документації.

Мотивація та зацікавленість працівників у своїй роботі є ключовими факторами для успіху будь-якого бізнесу. Коли люди відчують себе цінними, вони з більшою ймовірністю будуть докладати максимум зусиль, підвищуючи тим самим продуктивність та загальні результати. І навпаки, незацікавлені та розчаровані працівники можуть негативно впливати на бізнес. Їхня знижена продуктивність може призвести до втрати прибутку, погіршення якості роботи та негативного впливу на моральний дух інших співробітників.

Тому інвестування в створення сприятливого робочого середовища, яке сприяє мотивації та зацікавленості працівників, є вигідним вкладенням для будь-якого підприємства.

Оцінка промоутерів співробітників або eNPS - один із найбільш широко використовуваних інструментів для цієї мети.

eNPS — це показник того, наскільки ймовірно, що працівники рекомендуватимуть організацію як гарне місце для роботи. Він походить від показника Net Promoter Score (NPS), який зазвичай використовується для опитування задоволеності споживачів. Оскільки цей метод був настільки ефективним для вимірювання лояльності споживачів, компанії почали застосовувати ту саму концепцію внутрішньо для вимірювання залученості співробітників. Щодо NP Score, працівників запитують, наскільки ймовірно,

що вони рекомендують компанію як місце для роботи. Вони повинні оцінювати за шкалою від 1 до 10. На основі своїх відповідей вони класифікуються на «Промоутерів», «Нейтралів» або «Критиків»

«Промоутери» - працівники, які набрали 9 або 10. Це означає, що вони задоволені компанією. Поширеною помилкою власників бізнесу є не фокусування на промоутерах. Ці співробітники можуть вказати на позитивні сторони компанії на їх думку.

«Нейтральні» - працівники, що набрали 7 чи 8 балів. Передбачається, що вони не збираються просувати або негативно говорити про організацію. Необхідно працювати над тим, щоб перетворити їх на промоутерів.

«Критики» - це , ті хто готові рекомендувати компанію з оцінкою від 0 до 6 за 10-ти бальною шкалою. Дослухання до проблем, які вони зазначають та їх вирішення може перетворити їх на промоутерів.

Щоб розрахувати eNPS, потрібно:

$$eNPS = \% \text{ промоутерів} - \% \text{ критиків} = \text{Результат оцінка eNPS організації.}$$

Оскільки eNPS містить не багато питань зазвичай, компанії роблять це раз на квартал. У ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» такі опитування проводяться раз на півроку. Це дає достатньо даних, з якими можна працювати для вдосконалення організації та її корпоративної культури.

Найактивніше у опитуванні співробітники брали участь у грудні та травні 2023 року, також можемо спостерігати спад у грудні 2022 року, коли кількість тих, хто брав участь у опитуванні становила 64% (рис. 2.3).

З таблиці 2.11 можна побачити, що показник eNPS зростав протягом аналізованого періоду, що свідчить про позитивні зміни у сфері корпоративної культури. Загалом такий рівень показників свідчить про те, що у компанії працюють вмотивовані та зацікавлені у розвитку свого місця роботи люди.

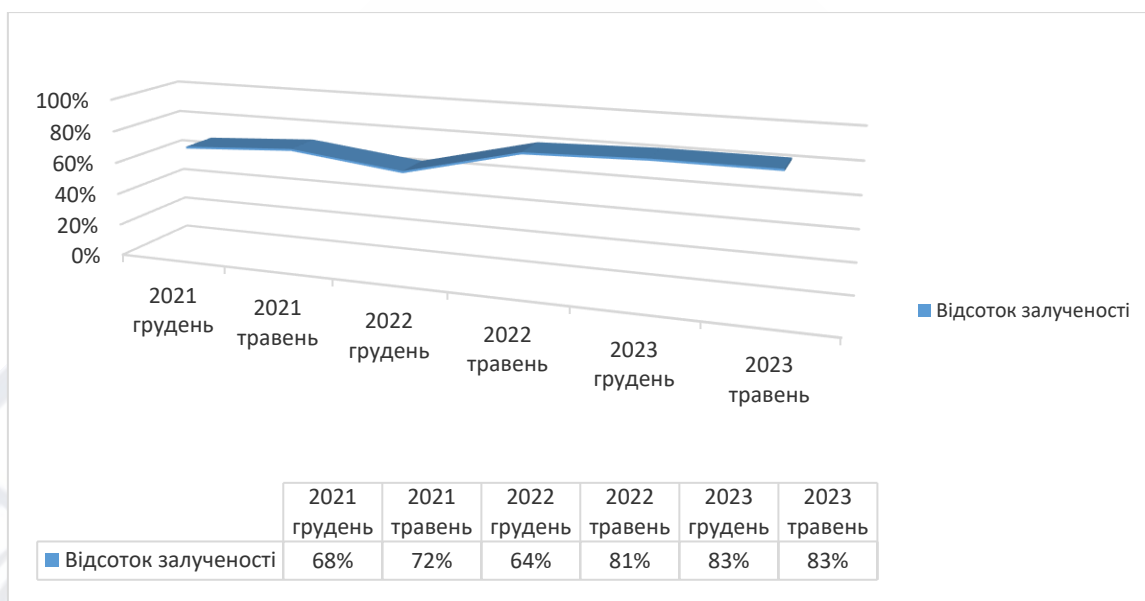


Рисунок 2.3 – Графік залученості в опитування співробітників компанії у 2021-2023 рр

Таблиця 2.11 – Індекс eNPS

Час проведення	Залученість	Промоутери	Нейтральні	Критики	Індекс eNPS
2021 грудень	68%	38%	52%	10%	28%
2021 травень	72%	46%	46%	8%	38%
2022 грудень	64%	53%	42%	5%	48%
2022 травень	82%	52%	41%	7%	45%
2023 грудень	83%	66%	26%	8%	58%
2023 травень	83%	68%	27%	5%	63%

Сформовано автором за даними підприємства

Після проведення eNPS у травні 2023 року було виявлено запити співробітників (табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Зони росту за результатами опитування у травні 2023 року

Зони росту	К-сть відповідей	Відсоток від заг. к-сті опитуваних
Незадовільний рівень доходу	3	4%
Недостатня к-сть днів віддаленої роботи	6	8%
Брак особистісного наставництва	12	15%
Брак навчальних заходів	5	6%
Недостатня к-сть корпоративних подій	7	9%

Сформовано автором за даними підприємства

Аби краще проаналізувати корпоративну культуру і побачити проблеми, що існують в компанії, було проведено анкетування серед працівників. У анкеті пропонувалось дати відповіді на питання стосовно задоволеності корпоративною культурою та роботою в компанії в цілому. Анкету було запропоновано пройти усім працівникам компанії. Аналіз результатів опитування проведено на основі відповідей співробітників. Результати анкетування представлені графічно у вигляді діаграм.

З усіх опитаних 75% відповіли, що робота в компанії відповідає їхнім очікуванням і лише 4% зазначили протилежне (рис 2.4).



Рисунок 2.4 – Результати відповідей на запитання «Чи відповідає робота в компанії вашим очікуванням?»

58% працівників відзначають позитивний клімат у колективі. 16% опитаних вказали, що їм важко відповісти, а ще 15% зазначили про злагоджену роботу колективу, але відсутність позаробочих стосунків (рис. 2.5).

Серед заходів, які сприяють розвитку корпоративної культури працівники найбільше виділяють міжнародні події, корпоративи та особисті свята працівників (рис. 2.6).



Рисунок 2.5 – Результати відповідей на запитання «Як ви оціните психологічний клімат у вашому колективі?»



Рисунок 2.6 – Результати відповідей на запитання «Якого роду заходи, що проводяться у компанії, на вашу думку мають позитивний вплив на корпоративну культуру?»

Опитування показало позитивний результат, оскільки надані працівниками відповіді свідчать про їхнє задоволення своїм місцем роботи та про сприятливий клімат у компанії, що допомагає працівникам зростати.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВ «МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ»

3.1 Заходи удосконалення корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайдсінсіз»

За результатами проведеного анкетування серед співробітників ТОВ «Мега Лайфсайдсінсіз» виявлено загальну ефективність корпоративної культури компанії. Зазначимо, що заходи, які проводяться у компанії мають значний вплив на корпоративну культуру, зокрема зміцнюють зв'язки та відносини у колективі, співробітники мають дружні стосунки, не враховуючи поодинокі випадки. Ступінь задоволеності компанією як місцем роботи є високим.

Управління корпоративною культурою передбачає постійний критичний аналіз її співвідношення з цілями компанії, і внесення коректив, за потреби. Для того щоб удосконалити корпоративну культуру, керівнику необхідно переглядати та коригувати поведінку працівників і сформовану за час існування систему цінностей. Тут дуже важливо зосередити увагу не лише на результаті роботи, бо це може принести у жертву добробут колективу та призвести до напруги у робочому середовищі. Наразі ТОВ «Мега Лайфсайдсінсіз» не має з цим проблем, проте важливо постійно тримати фокус уваги в напрямку розвитку аби стан корпоративної культури лише покращувався.

Вдосконалення корпоративної культури можливе лише за умови створення сприятливих умов роботи персоналу, зокрема: задоволеності працівників роботою, умовами праці, відносинами в колективі тощо. Постійне вдосконалення умов праці є необхідним, адже йому немає меж. Особлива увага до певних аспектів життя колективу може сприяти формуванню певних цінностей та принципів роботи.

Не зважаючи на позитивні результати проведеного аналізу, для розвитку корпоративної культури необхідно дотримуватися певних рекомендацій:

1. Корпоративна культура повинна відображатися у вигляді та стані будівель, приміщень та прилеглих територій компанії. Престижність компанії проявляється через оформлення фасадів, вестибюлів, приймальних та інших приміщень, де бувають гості, клієнти, партнери. Важливо, щоб кожен співробітник також відчував вплив корпоративної естетики на своєму робочому місці. Доцільно розміщувати у видимих місцях офіційно прийняті місію, цінності, стратегію. Це сприятиме формуванню відповідних установок і норм поведінки.
2. Зовнішній вигляд співробітників. Важливо дотримуватись ділового дрес-коду. Можна ввести правило носіння фірмового одягу або його елементів, таких як шарфи чи краватки, значки тощо.
3. Реальна поведінка працівників, яка відображає їхнє ставлення до роботи, взаємини в колективі та принципи спілкування з клієнтами, а також особистісні життєві установки.
4. Висвітлювання наявної символіки, логотипу, емблеми. Елементи фірмового стилю варто застосовувати при оформленні будівель, приміщень, стендів, документів, плакатів, значків, подяк, сувенірної продукції та вітальних листівок.
5. Гнучкий робочий графік. Можливості працювати віддалено, політика відкритих відпусток сприяє культурі компанії. У житті трапляються різні життєві обставини, і коли співробітник знає, що може розраховувати на поступливість та розуміння керівника, то відчувається цінним та покращує ставлення до компанії.
6. Підвищення кваліфікації персоналу, кар'єрне зростання. Працівники компанії потребують зростання та розвитку у сфері своєї діяльності, це допоможе їм відчувати свою значущість, формуватиме у них лояльність до компанії.

Реалізація та розвиток цих заходів підвищить якість корпоративної культури, збільшить задоволеність та лояльність персоналу, що знизить плинність кадрів, підвищить продуктивність праці та ефективність діяльності компанії.

3.2 Рекомендації щодо впровадження програми менторства на ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»

Виходячи з аналізу отриманих даних (табл. 2.3) найбільший запит працівників, а саме 15% стосувався браку особистісного наставництва. Тому одним із методів покращення корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» може бути впровадження програми менторства (рис. 3.1).

Програми наставництва сприяють професійному розвитку, обміну знаннями та залученню працівників, що зрештою сприяє вдосконаленню та формуванню позитивної корпоративної культури.



Рисунок 3.1 – Схема впровадження програми менторства у ТОВ «Мега Лайфсайенсіз»

Ось як ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» може реалізувати таку програму:

1. Розробка структури програми. Розробити структуровану програму наставництва з чіткими цілями, вказівками та очікуваннями як для

наставників, так і для підопічних. Визначити тривалість програми, частоту зустрічей і сфери уваги (наприклад, розвиток кар'єри, підвищення навичок, підтримка при адаптації). Відповідальним за виконання цього буде менеджер з розвитку людського капіталу.

2. Визначення наставників. Знайти досвідчених і обізнаних співробітників в організації, які готові служити наставниками. Ці наставники повинні продемонструвати сильні лідерські здібності, емпатію та відданість підтримці росту та розвитку інших. Для того, щоб мотивувати працівників ставати наставниками, варто впровадити систему преміювання за цю діяльність.

3. Поєднати наставників із підопічними. об'єднуйте наставників із підопічними на основі їхніх кар'єрних цілей, інтересів і сфер розвитку. Враховуйте такі фактори, як сумісність особистості та професійний досвід, щоб забезпечити продуктивні стосунки наставника та підопічного.

4. Забезпечити навчання менторів. Пропонувати навчання та ресурси для наставників, щоб покращити їхні навички наставництва. Це може включати семінари з активного слухання, надання зворотного зв'язку, встановлення цілей і вирішення конфліктів. Наставники повинні розуміти свою роль і обов'язки щодо ефективної підтримки підопічних.

5. Постановка цілей наставницьких відносин. Заохочення наставників і підопічних до встановлення чітких і досяжних цілей для наставницьких відносин. Ці цілі можуть стосуватися просування по службі, отримання навичок або особистого розвитку. Важливо регулярно переглядати та оцінюйте прогрес у досягненні цих цілей.

6. Сприяння регулярності проведення менторських зустрічей. Внесення у робочий план регулярні особисті зустрічі між наставниками та підопічними, щоб обговорювати прогрес, проблеми та можливості для зростання. Ці зустрічі забезпечать окремий простір для відкритого спілкування, зворотного зв'язку та настанов.

7. Групові заходи. Для покращення відчуття спільності та співпраці між учасниками програми наставництва, можна проводити спільні події. Це можуть бути семінари і групові заходи, де наставники та підопічні можуть ділитися досвідом, вчитися один у одного та налагоджувати зв'язки в усій організації.

8. Вимірювання впливу. Будь яке нововведення потребує оцінки ефективності. Потрібно періодично проводити оцінку програми наставництва за допомогою опитувань із зворотнім зв'язком. Ці дані та відгуки варто використовувати, щоб за потреби внести покращення та коригування у програму. Крім того, потрібно постійно надавати підтримку та визнання наставникам і підопічним за їхній внесок у програму та успіх компанії.

Впроваджуючи програму наставництва, ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» може поліпшити корпоративну культуру, а саме підтримку та співпрацю у колективі співробітників. Така програма буде підтримувати стосунки та стимулювати організаційне зростання.

Розрахуємо прогнозований економічний ефект від впровадження даної програми. За результатами експертної оцінки було встановлено, що підвищення залученості та задоволеності працівників на 10-20% може призвести до зростання річного доходу компанії на 3-7%. Припустимо, що зростання становитиме 5%. За вихідні дані візьмемо останні звітні – 2023 року (табл. 3.1).

Важливо також врахувати витрати на впровадження програми. Вони включатимуть витрати на розробку програми, навчання наставників, преміювання наставників, витрати на організація регулярних зустрічей та групових заходів, що підвищить суму адміністративних витрат на 2%.

Результати свідчать, що впровадження програми менторства, як елемента для розвитку корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» може дати позитивні результати. Вони показують зв'язок між зростанням продуктивності праці як елемента корпоративної культури, який дозволяє підвищити суму чистого доходу на 5%.

Таблиця 3.1 – Моделювання зміни чистого прибутку ТОВ «Мега Лайфсайтезіс» під впливом впровадження програми менторства ,тис. грн

Показник	Фактичне	Розраховане значення	Зміна показників
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	298311	313226,6	Зростання на 5%
Собівартість реалізованої продукції	129515	129515	-
Інші операційні доходи	6307	6307	-
Адміністративні витрати	7769	7924,4	Зростання на 2%
Витрати на збут	148315	148315	-
Інші операційні витрати	14743	14743	-
Інші доходи	921	921	-
Податок на прибуток	-1199	3592,3	18%
Чистий прибуток (збиток)	3998	16364,9	Врахування змін

Сформовано автором

Таким чином, зміна цих факторів призведе до економічного ефекту в сумі 12366,9 тис. грн., а чистий прибуток ТОВ «Мега Лайфсайтезіс» зросте у 4 рази (рис. 3.2).

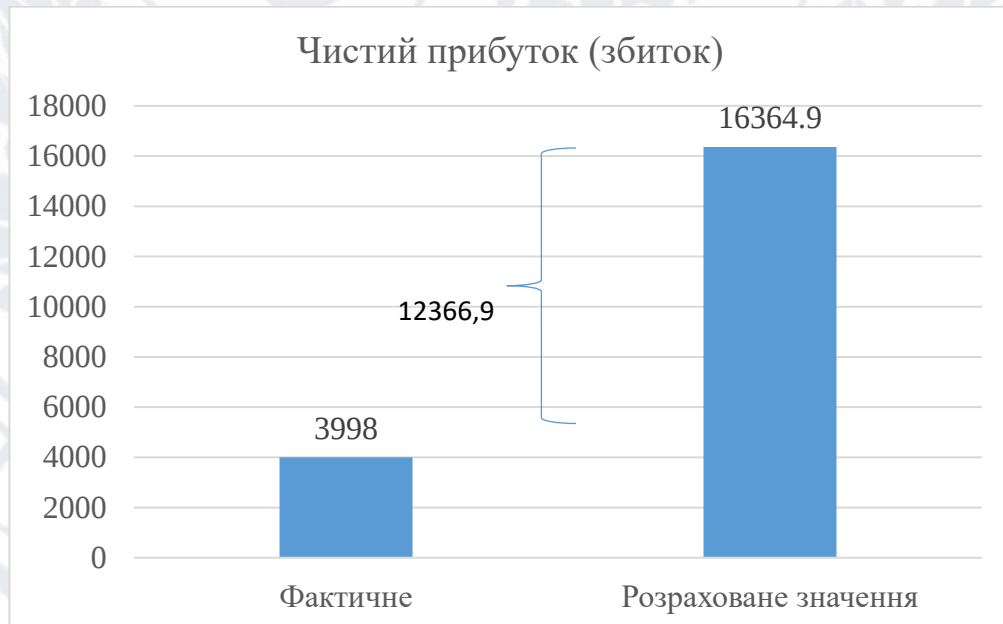


Рисунок 3.2 – Економічний ефект впровадження програми менторства у ТОВ «Мега Лайфсайтезіс», тис.грн

Результати оцінки свідчать, що впровадження програми менторства з метою розвитку корпоративної культури ТОВ «Мега Лайфсайенсiз» може дати позитивний вплив не лише на корпоративну культуру компанії, а й на її прибутковість.



ВИСНОВКИ

Корпоративна культура - це складна та багатогранна система, яка відіграє важливу роль у функціонуванні та успішності підприємства. Вона формується з різних елементів, таких як цінності, норми, правила, традиції, артефакти, основні припущення тощо.

Корпоративна культура може бути як сильним активом, так і суттєвою перешкодою для розвитку компанії. Сильна корпоративна культура, яка ґрунтується на позитивних цінностях та сприяє командній роботі, може мотивувати співробітників, підвищувати продуктивність праці та покращувати загальні результати діяльності. З іншого боку, слабка або токсична корпоративна культура може призвести до демотивації, конфліктів, зниження продуктивності та, зрештою, до невдач.

Важливо, щоб керівництво підприємства усвідомлювало важливість корпоративної культури та вживало заходів для її формування та розвитку. Це можна зробити за допомогою різних методів, таких як:

- Визначення та чітке формулювання цінностей компанії.
- Створення сприятливого середовища для спілкування та співпраці.
- Заохочення та нагородження поведінки, яка відповідає цінностям компанії.
- Надання можливостей для розвитку та навчання співробітників.
- Регулярне оцінювання та вдосконалення корпоративної культури.

Формування сильної та позитивної корпоративної культури - це довгостроковий процес, який потребує постійних зусиль та уваги з боку керівництва та всіх співробітників.

Впровадження формалізованої корпоративної культури на українських підприємствах — це перший крок до підвищення їхньої конкурентоспроможності та стійкості на ринку. Важливо також пам'ятати, що це не статичне утворення, а динамічний процес, який потребує постійного вдосконалення та адаптації до мінливих умов.

ТОВ "Мега Лайфсайенсіз" - це українська фармацевтична компанія, яка прагне надавати якісні продукти та послуги для покращення здоров'я людей. Компанія має чітку місію, цінності та цілі, а також ефективну організаційну структуру. ТОВ "Мега Лайфсайенсіз" приділяє значну увагу екологічним та соціальним питанням, а також прагне дотримуватися законодавства.

Компанія має багато позитивних аспектів в управлінні персоналом, таких як чітка кадрова політика, сильний HR-бренд, конкурентна компенсаційна політика та здорова корпоративна культура. Є також сфери для вдосконалення, такі як оптимізація використання трудових ресурсів та збалансування між зростанням зарплати та продуктивністю праці. Компанія ставить високі стандарти для своїх працівників та очікує від них етичної поведінки.

Аналіз фінансових результатів показав, що ТОВ "Мега Лайфсайенсіз" має певну стабільність та позитивну динаміку у своїй діяльності. Чистий прибуток відновився після збитків у 2019 та 2020 роках, досягнувши 3998 тис. грн у 2023 році. Валовий прибуток зростає, що теж свідчить про позитивну динаміку. Фінансовий результат від операційної діяльності мав від'ємні значення у 2020 та 2022 роках. Чистий фінансовий результат має коливання та нестабільність, але в 2023 році спостерігається позитивна динаміка. Тому незважаючи на позитивну динаміку, підприємство має сфери розвитку.

ТОВ "Мега Лайфсайенсіз" активно розвиває свою корпоративну культуру, використовуючи різні інструменти та методи. Цей процес сприяє залученості та лояльності співробітників, а також покращує загальні результати компанії. За результатами аналізу проведеного на підприємстві опитування, було розроблено перелік рекомендацій для розвитку корпоративної культури. А також запропоновано впровадження програми менторства для покращення співпраці та підтримки у колективі. Розроблено 8 кроків для впровадження даної програми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Олійник Т.І., Кривицька Н.В. Сучасна роль корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами в організації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 22. С. 66-69.
2. Апостолюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. 2. С. 68-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_14.
3. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С 284-290.
4. Громко Л. Корпоративна культура як ключовий чинник розвитку торговельного підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. №2. С. 114-120. URL: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-114-120>.
5. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навчальний посібник: Знання, 2011. 445 с.
6. Мельник П., Зелена М. Корпоративна культура як чинник успішності компанії. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 4 С. 67-70 URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/4-2016/16.pdf>.
7. Захарчин Г.М. Корпоративна культура: навч. посіб. Львів: Новий Світ-2000, 2011. 341 с.
8. Данюк В. М., Чернушкіна О. О. Сучасне розуміння корпоративної культури. *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. вип. : у 3 т. Соціально-трудові відносини : теорія і практика. Київ : КНЕУ. 2010. Т. 1. 549 с.* URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32606993.pdf>.

9. Бугаєвська Ю.В. Поняття корпоративної культури: її суть і структура. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2011. № 36. С. 240-245. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_zntndr_2011_36_4.
10. Отенко І., Чепелюк М. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20079>.
11. Офіційний сайт ТОВ «Мега Лайфсайенсіз» URL: <https://www.megawecare.com.ua/index.php> (дата звернення: 20.05.2024).
12. Закон України «Про оплату праці» № 108/95 ВР від 24 квіт. 1995 р. Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-vp> (дата звернення: 25.05.2024).
13. Балика О.Г. Стратегічне управління корпоративною культурою. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки*. 2011. № 4 (49). С. 195-200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_4%281%29_45.
14. Дмитренко М.Й. Корпоративна культура: біхевіоральний і праксеологічний аспекти. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 5. С. 3-7. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17248>.
15. Копитко М.І., Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. *Вчені Записки Університету "Крок"* 2021. № 2. С. 92-99. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>.
16. Копитко М. І., Взаємозв'язок процесів формування корпоративної культури підприємств та рівня лояльності працівників з позиції забезпечення економічної безпеки. *Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки в Україні: колективна монографія*. Львів: Ліга-Прес, 2017. 368 с.
17. Копитко М.І., Левків Г.Я. Вплив корпоративної культури на рівень лояльності працівників у процесі забезпечення економічної безпеки підприємств. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх*

справ. Серія економічна. 2016. Вип. 2. С. 187-200. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/1249/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%BE.pdf>.

18. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р., Михаліцький В.С. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 320 с.

19. Парасій-Вергуненко І.М. Аналіз господарської діяльності: підручник. К. КНЕУ, 2016. 629 с.

20. Притуляк М.О., Солоненко Ю.В. Організаційна культура компанії як ефективний інструмент менеджменту. XXII Всеукраїнська наукова конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в національній та глобальній економіці». ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. 187 с.

21. Притуляк М.О., Климчук О.В. Організаційна культура як управлінський інструмент. XXII Міжнародна наукова конференція студентів та молодих вчених «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання». м. Вінниця, 2022 р. 205с.

22. Сисоєва І. М. Екологічні, соціальні та управлінські питання (esg) як імператив для бізнесу в умовах пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 4. С. 31–37.

23. Степанова Л. В., Тужилкіна О. В. Корпоративна культура в контексті регулювання соціально-трудових відносин. Соціально-трудові відносини: проблеми науки та практики: монографія. Полтава, 2020. С. 518–534.

24. Стамбульська Х., Передало Х. С., Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. *Ефективна економіка*. 2022. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/206.pdf.

25. Чернишова Т.О. Немченко Т.А., Деякі аспекти корпоративної культури організації. *Економічні науки*. 2010. №17. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/49.pdf.

26. Шевченко В.С. Визначення впливу корпоративної культури на діяльність підприємства. *Комунальне господарство*. 2011. Вип. 14. С. 160–165.
27. Семикіна М.В., Беяк Т.О. Корпоративна культура та якість людського капіталу: особливості взаємовпливу. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2015. № 28. С. 68-75.
- 32.
28. Синицька О.І., Білецька О.О. Організаційна чи корпоративна культура: теоретичні підходи до тлумачення понять. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 5, Т. 1 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_5_1/099-102.pdf.
29. Щебликіна І.О., Грибова Д.В. Основи менеджменту: навч. посібн. Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2015. 480 с.
30. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура: біхевіоральний і праксеологічний аспекти. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 5. С. 3-7. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17248>.
31. Дмитренко М. Й. Методологічні засади дослідження корпоративної культури у соціально-філософському знанні. *Гуманітарний часопис*. 2011. № 1. С. 37-41. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nc_2011_1pdf.
32. Потапук І. П. Корпоративна культура як складник стратегічного управління персоналом підприємства. *Приазовський економічний вісник*. Класичний приватний університет. 2017. Вип.5(05). С.170–175.
33. Пушкар З. М., Панчук Д. В. Корпоративна культура в контексті діяльності організації. *Молодий вчений*. 2017. №10(50). С.1025–1028.
34. Прохорова В. В. Культура безпеки розвитку – культура комунікаціонування як основа інтелектуалізації управлінського процесу. *Проблеми економіки*. № 4 (42), 2019. С.142-148.
35. Ткаченко П. В., Принципи ведення інноваційної діяльності на підприємствах. *Економіка та суспільство*. 2021 №29. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-45>.

36. Ткаченко П. В. Теоретичне підґрунтя інноваційної діяльності підприємств. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 19.

37. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія. Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. 192 с.

38. Мартиненко А. В., Перерва П. Г., Інноваційний процес як основа ефективної діяльності підприємства. *Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців : праці XIII Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів*, м. Харків, 19-22 листопада 2019 р. Харків, 2019. С. 350.

39. Маслак О. О. Чинники впливу на інноваційну діяльність промислових підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22.8. С. 269–274.

40. Полозова Т. В., Кривцун Д. Ю. Інноваційна діяльність підприємства та економічна сутність інноваційного процесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 12. С. 108–113.

41. Чумак Л. Ф. Інноваційна діяльність підприємства в сучасних умовах. *Бізнес Інформ*. 2012. № 12. С. 209–212.

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А
Апробація



МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ НАУКИ, ОСВІТИ І
СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

VECTORS DEVELOPMENT OF SCIENCE, EDUCATION AND
SOCIETY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

28 травня 2024 р.
May 28, 2024

м. Ізмаїл, Україна
Izmail, Ukraine



УДК 37:082.2(06)

Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Ізмаїл, 28 травня 2024 р.). Ізмаїл: ЦФЕНД, 2024. 83 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції "Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації" з:

Gori State University

Відокремлений структурний підрозділ «Житлово-комунальний фаховий коледж Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова»

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Західноукраїнський національний університет

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Київський національний університет культури і мистецтв

Ліцей № 7 міста Житомира імені Валерія Вікторовича Бражневського

Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика

Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

Національний університет "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка

Національний університет «Львівська політехніка»

Національний університет «Одеська політехніка»

Національний університет охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика

Сумський національний аграрний університет

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

Українська інженерно-педагогічна академія

Український науково-дослідний інститут спеціальної техніки та судових експертиз Служби безпеки України

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

Свиридюк В. В., Припуга Н. В.

АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ РЕПРОДУКТИВНОГО
ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ 41

**СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ (ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ;
ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК;
МЕНЕДЖМЕНТ; МАРКЕТИНГ; ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ)
SECTION 7. MANAGEMENT AND ADMINISTRATION (ACCOUNTING AND TAXATION;
FINANCE, BANKING, INSURANCE AND STOCK MARKET; MANAGEMENT;
MARKETING; BUSINESS AND TRADE) 43**

Білоцерківська В. В.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА І СТРАТЕГІЯ У ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ..... 43

Мазіна Н. М.

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОБЛІКУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ 47

Macharashvili N., Sosanidze M.

DIGITAL TRANSFORMATION OF SMALL BUSINESSES 48

Питуляк М. О., Синиченко А. В.

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ
УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ 49

Рак А.

СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ІТ КОМПАНІЙ ДО ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: АНАЛІЗ
УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ 52

Шепеленко С. М.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВИ
РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ 54

**СЕКЦІЯ 8. ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ
SECTION 8. PSYCHOLOGICAL SCIENCES 56**

Дуб В. Г., Пузич І. Д.

ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК ЧИННИК ПСИХОЛОГІЧНОГО
БЛАГОПОЛУЧЧЯ МЕДИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ 56

Korinteli M., Mshvidobadze T.

VIRTUAL REALITY MODELS IN EDUCATION..... 58

Хроленко С. О.

МЕНТАЛЬНІ МОДЕЛІ ТА ЇХ РОЛЬ У ПРИЙНЯТТІ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ
ФАХІВЦЯМИ У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ..... 59

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
"Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації"**

One of the main steps of digitalization is meeting customer needs, namely creating more comfortable, close and effective interaction between a person and a company.

How digitalization helps small businesses

First, digital technology is one of the most effective ways for small businesses to reach their customers. is the only method that allows us to be in the spotlight as the best company selling goods or services. It is also possible to gain the trust of the target audience.

Business digitalization is of particular importance for small businesses. Because their limited budget does not allow them to use online technologies rationally. For small businesses, digital technology is one of the key factors for success in a competitive market.[2]

Companies that can adapt and harness the potential of digital tools will be better positioned to compete and grow further.

When implementing digital technologies in small businesses, certain difficulties often arise.

The process of digital transformation of domestic companies requires solving several problems, the first of which is the problem of lack of information about digital technologies.

Domestic companies do not have sufficient experience and knowledge in using digital technologies, which hinders the digitalization process.

This topic is relevant in Georgia, but many small businesses still prefer the use of digital technologies in the security business and still prefer traditional ones. This may be due to lack of information, skepticism, or even lack of Internet access.

The solution to this problem may be cooperation with foreign companies and the use of their digital technologies and experience in domestic business. Another problem is the unpreparedness of enterprises in the regions for new business processes, since business digitalization involves the use of digital technologies in production. This problem is due to the fact that most often in remote regions of Georgia, enterprises use outdated equipment that cannot be used in a digital environment.

However, replacement and disposal of such equipment is almost impossible only at the expense of the enterprise itself or the regional budget. Thus, for the development of the digital economy in the regions, a complete modernization of enterprises is required

Small business performs an important function in society, ensuring economic growth and social stability in the country. The desire of small businesses for quick results from innovation, as well as the economic crisis, slow down the implementation of developments in the field of digital technologies, which reduces the pace of economic development and limits the opportunities for small businesses to enter foreign markets.

Sources

1. New era of marketing – digitalization of business 10. 11. 2021. URL: <https://lemons.ge/ka/blog/-marketingis-axali-era-biznesis-gaciphruleba>
2. Why digitize your business? 23.03.23. URL: <https://www.nexia.ge>
3. Ryan Dice, Russ Henneber - Digital Marketing Easier

Питуляк М. О.

студентка 4 курсу економічного факультету спеціальності менеджмент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

Синиченко А. В.

старший викладач кафедри менеджменту та поведінкової економіки,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Кожне підприємство прагне досягнути високої ефективності своїми методами. На це впливає багато чинників, одним з яких є культура.

Культуру на підприємстві можна представити як систему, яка включає в себе багато підсистем (рис. 1). Таке виділення підсистем культури підприємства дає можливість виокремити корпоративну культуру, як окремий елемент, який безпосередньо впливає на ефективність усього підприємства.



Рис. 1. Складові системи культури на підприємстві [1]

Л. Громко у своїх працях зазначає, що корпоративна культура – це своєрідний продукт діяльності організації, а також її розвитку, який проявляється у системі цінностей, які поділяє та втілює весь колектив [2].

О. Апостолук, в свою чергу характеризує корпоративну культуру, як інструмент у сфері управління, що дає здатність підвищувати конкурентоздатність, ефективніше управляти персоналом та запроваджувати позитивні зміни. Це система, яка поєднує цінності, вірування, переконання, етичні норми поведінки, очікування та погляди, які формуються та затверджуються більшістю працівників [3].

Стамбульська Х. та Передало Х. у своєму дослідженні зазначають, що корпоративна культура - це невидима частина підприємства, яка має вплив не зважаючи на те, чи визнає керівництво її наявність та застосовує у своїх цілях, чи ні. Культурою або її окремими складовими можна ефективно управляти в процесі діяльності, якщо її наявність є усвідомленою. Якщо ж ні, то її вплив є спонтанним та непрогнозованим [4].

Аналізуючи праці різних науковців, можна сказати, що «корпоративна культура» в загальному розуміється як сукупність цінностей, правил, норм та традицій, що приймаються керівником і працівниками підприємства, та проявляються у їхніх рішеннях та діях.

Здійснити роботу щодо розвитку корпоративної культури можливо тільки з використанням системного підходу. Для цього необхідно зробити аналіз чинників з якими пов'язана корпоративна культура.

Рисунок 2 демонструє основні чинники, що мають вплив на формування та розвиток корпоративної культури. Вирішальну роль серед наведених чинників грає керівник (або власник) та його найближче оточення. Цілі та цінності, що вони трактують, є фундаментом при формуванні корпоративної культури. При формуванні своєї корпоративної культури підприємство змушене враховувати вимоги зовнішнього середовища, а саме ринку та суспільства, оскільки воно не існує в ізоляції. На формування корпоративної культури також мають вплив внутрішні фактори пов'язані з персоналом, це система комунікацій, структура організації, методи стимулювання тощо. Важливо зазначити, що всі ці фактори взаємопов'язані та постійно впливають один на одного. Наприклад, керівник може змінити цілі та цінності організації у відповідь на зміни в ринкових умовах. Або співробітники можуть стати більш залученими, якщо вони відчують, що їхні цінності відповідають цінностям організації.

Розуміння того, як ці фактори взаємодіють, може допомогти керівникам та співробітникам свідомо формувати та розвивати бажану корпоративну культуру. Це може

привести до більш позитивної та продуктивної робочої атмосфери, більшої залученості співробітників та кращих результатів для організації.



Рис. 2. Чинники, що впливають на формування та розвиток корпоративної культури [2]

Потреба в розвитку та зміцненні корпоративної культури визначається двома ключовими факторами:

- З боку організації – це рівень її організаційної ефективності (продуктивність, прибутковість, лояльність клієнтів тощо).
- З боку працівників – це рівень їх задоволеності працею (мотивація, залученість, баланс між роботою та особистим життям тощо).

Отже, для формування сильної корпоративної культури, яка б сприяла ефективному управлінню підприємством, керівництву потрібно ретельно враховувати вплив усіх вищезазначених чинників. Цілі та цінності, які декларуються, мають відповідати реальним діям та поведінці керівництва, а також всіх працівників. Корпоративна культура повинна бути динамічною та адаптивною, щоб реагувати на мінливі умови ринку та суспільства.

Список літератури

1. Олійник Т.І., Кривицька Н.В. Сучасна роль корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами в організації. Інвестиції: практика та досвід. 2018 № 22. С. 66-69.
2. Громко Л. Корпоративна культура як ключовий чинник розвитку торговельного підприємства. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. №2. С. 114-120. URL: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-114-120>
3. Апостолюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2016. №2. С. 68-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_14

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
"Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації"**

4. Стамбульська Х., Передало Х.С., Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. Ефективна економіка. 2022. №1. DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.204.

5. Копитко М.І., Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. Вчені Записки Університету "Крок" 2021. № 2. С. 92-99. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-92-99>

Рак А.

аспірант кафедри управління та адміністрування
ННІ «Каразінська школа бізнесу»,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна

**СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ІТ КОМПАНІЙ ДО
ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ**

В умовах глобальної економічної нестабільності ІТ компанії змушені адаптувати свої стратегії для забезпечення стабільності та стійкості бізнесу. Український ІТ сектор є яскравим прикладом того, як компанії можуть успішно адаптуватися до нових викликів і зберігати конкурентоспроможність.

Адаптаційні стратегії передбачають гнучке реагування на зміни у зовнішньому середовищі та включають різні підходи, такі як диверсифікація, інновації, оптимізація ресурсів та співпраця з іншими компаніями. Головною метою таких стратегій є зменшення ризиків та забезпечення довгострокової стабільності [1].

Український ІТ сектор зазнав значних змін за останні кілька років, демонструючи стійке зростання навіть в умовах економічної нестабільності та військових конфліктів. Основні стратегії, що застосовуються українськими ІТ компаніями, включають диверсифікацію ринків. Багато українських ІТ компаній зосередилися на розширенні своєї присутності на міжнародних ринках. Наприклад, SoftServe (партнери Microsoft, Amazon Web Services, Google Cloud та інші) та Intellias (партнери TomTom, HelloFresh) активно працюють з клієнтами з США, Європи та Азії, що дозволяє зменшити залежність від внутрішнього ринку та стабілізувати доходи [2].

Інноваційність є ключовим фактором успіху для українських ІТ компаній. Постійні інвестиції у дослідження та розробки дозволяють створювати конкурентоспроможні продукти та послуги. Компанії, такі як EPAM Systems, активно впроваджують новітні технології, зокрема штучний інтелект та блокчейн, що сприяє їхньому успіху на глобальному ринку [2].

Для забезпечення фінансової стійкості українські ІТ компанії активно оптимізують свої витрати. Це включає використання аутсорсингу, автоматизацію процесів та оптимізацію робочої сили. Наприклад, N-iX активно використовує аутсорсинг для зниження витрат на персонал та збільшення ефективності [1].

Інвестиції у навчання та розвиток персоналу є важливим аспектом стратегій адаптації. Компанії організовують внутрішні тренінги та підтримують співробітників у проходженні зовнішніх курсів. Це підвищує здатність працівників адаптуватися до нових технологій та змін у бізнес-середовищі [3].

Нижче наведений короткий аналіз інвестицій по напрямкам провідних ІТ компаній України з джерел: CMS Ukraine, IT Ukraine Association, Kyiv Post.

ДОДАТОК Б

Звіт про фінансові результати ТОВ «Мега Лайфсaienсіз» за 2020р.

		КОДИ
		Дата
		01.01.2021
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	за ЄДРПОУ
		39405050
Територія	Київська область, Київ	за КОАТУУ
		3210000000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ
		240
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля фармацевтичними товарами	за КВЕД
		46.46

Середня кількість працівників: 86

Адреса, телефон: 03680, місто КИЇВ, вулиця РАДИЩЕВА, будинок 10/14, корпус А, офіс 209,
+38 (044) 334-40-55

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2020 р.

Форма №1

		За ДКУ		1801002
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	92	237	
первісна вартість	1001	156	375	
накопичена амортизація	1002	64	138	

Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	12989	9095
первісна вартість	1011	19692	19187
знос	1012	6703	10092
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	1444	2155
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	213	213
Усього за розділом I	1095	14738	11700
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	45032	57266
Виробничі запаси	1101	243	146
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	44789	57120
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0

Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	419230	55779
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	5592	2469
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1166	1743
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	7106	3669
Готівка	1166		0
Рахунки в банках	1167	7106	3669
Витрати майбутніх періодів	1170	185	357
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	17	404
Усього за розділом II	1195	101021	121687
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	115759	133387

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
-------	-----------	-----------------------------	----------------------------

1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1175	1175
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1106	1299
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-7102	-10532
Неоплачений капітал	1425	995	1187
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	-5816	-9245
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0

Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	115 840.00	139 131.00
розрахунками з бюджетом	1620	1	22
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	8	171
розрахунками з оплати праці	1630	40	159
одержаними авансами	1635		0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	5565	3017
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	121	132
Усього за розділом III	1695	121575	142632
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	115759	133387

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волох В'ячеслав Васильович

Підприємство

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА
ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"

Дата

Коди
01.01.2023

за ЄДРПОУ

39405050

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)

за 2020 рік

Форма №2

I. Фінансові результати



Код за ДКУД

1801004

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	246 530	213 842
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестракування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	128 109	138 008
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:	2090	118421	75834
прибуток			
збиток	2095		
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0

Інші операційні доходи	2120	7 140	22 813
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, звільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	10 743	6 916
Витрати на збут	2150	81169	84 765
Інші операційні витрати	2180	38798	3148
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	3818
збиток	2195	5149	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	1009	654
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Витрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	0	4472
збиток	2295	4140	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	710	-831
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	0	3641
збиток	2355	3430	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-3430	3641

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	12210	5068
Витрати на оплату праці	2505	31563	19028
Відрахування на соціальні заходи	2510	6085	3752
Амортизація	2515	3973	3662
Інші операційні витрати	2520	76673	63319
Разом	2550	130504	94829

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волох В'ячеслав Васильович

ДОДАТОК В

Звіт про фінансові результати ТОВ «Мега Лайфсайенсiз» за 2021р.

			КОДИ
			Дата 01.01.2022
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	за ЄДРПОУ	39405050
Територія	Київська область, Київ	за КОАТУУ	3210000000
Організаційно- правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля фармацевтичними товарами	за КВЕД	46.46

Середня кількість працівників: 88

Адреса, телефон: 03680, місто КИЇВ, вулиця РАДИЩЕВА, будинок 10/14, корпус А, офіс 209,
+38 (044) 334-40-55

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знаки

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

☐

за міжнародними стандартами фінансової звітності

☒

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2021 р.

Форма №1

		За ДКУ	1801002
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	237	791
первісна вартість	1001	375	1265
накопичена амортизація	1002	138	474

Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	9095	9471
первісна вартість	1011	19187	23066
знос	1012	10092	13595
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	2155	1224
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквизиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	
Інші необоротні активи	1090	213	209
Усього за розділом I	1095	11700	11695
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	57266	112315
Виробничі запаси	1101	146	99
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	57120	112216
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрашування	1115	0	0

		0	0
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	55779	42 565.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	2469	968.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1743	2 538.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	3669	4 062.00
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	3669	4 062.00
Витрати майбутніх періодів	1170	357	432.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах нездійснених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	404	22
Усього за розділом II	1195	121687	162 902.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	133387	174 597

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
-------	--------------	-----------------------------------	----------------------------------

1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1175	1175
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1299	1257
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-10532	7009
Неоплачений капітал	1425	1187	1146
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	-9245	8 295.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	16255
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	7444
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0

Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	139 131.00	154 676
розрахунками з бюджетом	1620	22	1 933
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	1 917
розрахунками зі страхування	1625	171	168
розрахунками з оплати праці	1630	159	63
одержаними авансами	1635	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	3017	9 353
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	132	109
Усього за розділом III	1695	142632	166 302
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	133387	174 597

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волод В'ячеслав Васильович

Підприємство

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА
ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"

Дата

Коди
01.01.2023

за ЄДРПОУ

39405050

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)

за 2021 рік

Форма №2

I Фінансові результати

Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код рахунка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	271 130	246 530
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестрахованих у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	130 083	128 109
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий прибуток	2090	141 047	118421
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестрахованих в інших страхових резервах	2112	0	0

Інші операційні доходи	2120	8 476	7 140
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, визільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	11 012	10 743
Витрати на збут	2150	111363	81169
Інші операційні витрати	2180	6542	38798
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	20606	0
збиток	2195	0	5149
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	827	1009
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	21433	0
збиток	2295	0	4140
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-3893	710
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	17540	0
збиток	2355	0	3430

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	17540	-3430

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	10197	12210
Витрати на оплату праці	2505	33249	31563
Відрахування на соціальні заходи	2510	6624	6085
Амортизація	2515	4976	3973
Інші операційні витрати	2520	73870	76673
Разом	2550	128916	130504

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волод В'ячеслав Васильович



ДОДАТОК Г

Звіт про фінансові результати ТОВ «Мега Лайфсайенсiз» за 2022р.

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	за ЄДРПОУ	КОДИ
			Дата 01.01.2023
			39405050
Територія	Київська область, Київ	за КОАТУУ	3210000000
Організаційно- правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля фармацевтичними товарами	за КВЕД	46.46

Середня кількість працівників: 92

Адреса, телефон: 03680, місто КИЇВ, вулиця РАДИЩЕВА, будинок 10/14, корпус А, офіс 209,
+38 (044) 334-40-55

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знаки

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2022 р.

Форма №1

		За ДКУ		1801002
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	791	612	
первісна вартість	1001	1265	1995	
накопичена амортизація	1002	474	1383	

Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	9471	5413
первісна вартість	1011	23066	23525
знос	1012	13595	17839
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	1224	11149
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиторські витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065		0
Інші необоротні активи	1090	209	209
Усього за розділом I	1095	11695	17383
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	112315	123555
Виробничі запаси	1101	99	155
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	112216	123400
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0

		0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	42 565.00	11015
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	968.00	535
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 538.00	1 724.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 062.00	3540
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	4 062.00	3540
Витрати майбутніх періодів	1170	432.00	566
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	22	60
Усього за розділом II	1195	162 902.00	140995
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	174 597	158378

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
-------	--------------	-----------------------------------	----------------------------------

1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1175	1175
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1257	1647
Емісійний дохід	1411	0	
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	7009	-38209
Неоплачений капітал	1425	1146	1536
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	8 295.00	-36923
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	16255	5692
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	7444	7239
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0

Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	154 676.00	182400
розрахунками з бюджетом	1620	1 933.00	4
у тому числі з податку на прибуток	1621	1 917.00	0
розрахунками зі страхування	1625	168.00	184
розрахунками з оплати праці	1630	63.00	23
одержаними авансами	1635	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	5
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	9 353.00	12 631
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	109.00	59
Усього за розділом III	1695	166 302.00	195301
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	174 597.00	158378

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волод В'ячеслав Васильович

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	Дата	Коди
			01.01.2023
			39405050
		за ЄДРПОУ	

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)

за 2022 рік

Форма №2

I. Фінансові результати



Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	243 588	271 130
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, переплачені у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частин перестрахованих у резерв незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	119 578	130 083
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:			
прибуток	2090	124 010	141 047
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частин перестрахованих в інших страхових резервах	2112	0	0

Інші операційні доходи	2120	501	8 476
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, визільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	9 102	11 012
Витрати на збут	2150	120257	111363
Інші операційні витрати	2180	51023	6542
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	20606
збиток	2195	55871	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	727	827
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	0	21433
збиток	2295	55144	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	99250	-3893
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	0	17540
збиток	2355	45219	0

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-45219	17540

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	16618	10197
Витрати на оплату праці	2505	41734	33249
Відрахування на соціальні заходи	2510	7484	6624
Амортизація	2515	5197	4976
Інші операційні витрати	2520	113070	73870
Разом	2550	184103	128916

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волод В'ячеслав Васильович

ДОДАТОК Д

Звіт про фінансові результати ТОВ «Мега Лайфсайенсiз» за 2023р.

			КОДИ
			Дата 01.01.2024
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	за ЄДРПОУ	39405050
Територія	Київська область, Київ	за КОАТУУ	3210000000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240
Вид економічної діяльності	Оптова торгівля фармацевтичними товарами	за КВЕД	46.46

Середня кількість працівників: 96

Адреса, телефон: 03680, місто КИЇВ, вулиця РАДИЩЕВА, будинок 10/14, корпус А, офіс 209,
+38 (044) 334-40-55

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знаку

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

v

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс

(Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2023 р.

Форма №1

		За ДКУ	1801002
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	612	90
первісна вартість	1001	1995	2070
накопичена амортизація	1002	1383	1980

Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	5413	2633
первісна вартість	1011	23525	22778
знос	1012	17839	20145
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	11149	9950
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиторські витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	209	209
Усього за розділом I	1095	17383	12882
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	123555	75778
Виробничі запаси	1101	155	207
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	0	0
Товари	1104	123400	75571
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0

		0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11015	4070
Дебіторська заборгованість за розрахунками:		0	0
за виданими авансами	1130	535	126
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 724.00	2 002.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	3540	2922
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	3540	2922
Витрати майбутніх періодів	1170	566	490
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	60	35
Усього за розділом II	1195	140995	85423
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	158378	98305

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
-------	--------------	-----------------------------------	----------------------------------

1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1175	1175
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	1647	1706
Емісійний дохід	1411		0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-38209	-34211
Неоплачений капітал	1425	1536	1595
Випущений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	-36923	-32325
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	5692	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	7239	6993
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0

Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	182400	117693
розрахунками з бюджетом	1620	4	193
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	184	165
розрахунками з оплати праці	1630	23	64
одержаними авансами	1635	0	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	5	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	12 631	12 970
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	59	145
Усього за розділом III	1695	195301	131230
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	158378	98305

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волох В'ячеслав Васильович

Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МЕГА ЛАЙФСАЙЕНСІЗ"	Дата за ЄДРПОУ	Коди
			01.01.2024
			39405050

Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)

за 2023 рік

Форма №2

I. Фінансові результати

Код за ДКУД			1801004
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	298 311	243 588
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	129 515	119 578
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:	2090	168 796	124 010
прибуток			
збиток	2095		0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0

Інші операційні доходи	2120	0	501
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	6 307	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, звільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	0	9 102
Витрати на збут	2150	7 769	120257
Інші операційні витрати	2180	148315	51023
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	14743	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	4276	0
збиток	2195	0	55871
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	921	727
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	5197	0
збиток	2295	0	55144
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1199	99250
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	3998	0
збиток	2355	0	45219

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	3998	-45219

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	19219	16618
Витрати на оплату праці	2505	46749	41734
Відрахування на соціальні заходи	2510	8019	7484
Амортизація	2515	3690	5197
Інші операційні витрати	2520	98909	113070
Разом	2550	176586	184103

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник

Ядав Мохан Рамчандра

Головний бухгалтер

Волох В'ячеслав Васильович

