



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

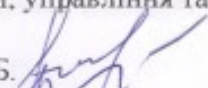
Черкаський державний бізнес-коледж

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітнього ступеня бакалавр
на тему:

«Активізація ринкової діяльності підприємства на основі маркетингу»

Виконав: студент групи МА-22
спеціальність :075 «Маркетинг»
Освітня програма: «Маркетинг»
Бондаренко Віталій Олександрович 
Науковий керівник
Доцент, кандидат економічних наук Маренич
А.І. 

Допущено до захисту
протокол №65-у від 13.10.2023р.
завідувач кафедри економіки, управління та
адміністрування
д-р екон. наук Кузнецова Н.Б. 

Черкаси 2024

Анотація

на кваліфікаційну роботу

“Активізація ринкової діяльності підприємства на основі маркетингу”

Студента Бондаренко В.О.

Спеціальність 075 Маркетинг Освітня програма Маркетинг

Кваліфікаційна робота присвячена актуальній проблемі сучасного бізнесу — активізації ринкової діяльності підприємств через застосування маркетингу. В контексті зростаючої конкуренції та глобалізації, маркетинг стає ключовим інструментом для досягнення успіху на ринку. Ця робота спрямована на розробку методології активізації ринкової діяльності, враховуючи сучасні тенденції у маркетингу та управлінні.

У дослідженні розглянуто теоретичні аспекти маркетингу підприємства, методи маркетингових досліджень, напрямки маркетингової діяльності та оцінку її ефективності. На прикладі транспортної компанії ФОП Ковтун Н.О. проведено аналіз маркетингової діяльності, включаючи організаційно-економічну характеристику підприємства, аналіз макросередовища та розробку рекомендацій по покращенню ринкової діяльності.

Результати дослідження вказують на значний потенціал маркетингових стратегій у вдосконаленні процесів підприємства та його взаємодії з ринком. Розроблені рекомендації мають практичне значення для підприємства ФОП Ковтун Н.О. та можуть бути використані для зміцнення його ринкових позицій та стратегічного розвитку.

Ключові слова: Активізація ринкової діяльності, маркетинг, конкуренція, глобалізація, методологія, ефективність, стратегії.

Abstract

"Activation of the market activity of the enterprise on the basis of marketing"

Student Bondarenko Vitalii

Speciality 075 Marketing

Study programe Marketing

The thesis is dedicated to the pressing issue of modern business - the activation of market activity of enterprises through the application of marketing. In the context of increasing competition and globalization, marketing becomes a key tool for success in the market. This work aims to develop a methodology for activating market activity, taking into account modern trends in marketing and management.

The theoretical aspects of enterprise marketing, methods of marketing research, directions of marketing activities, and the evaluation of its effectiveness are considered in the study. Using the example of the transport company FOP Kovtun N.O., an analysis of marketing activities was conducted, including the organizational and economic characteristics of the enterprise, analysis of the macro environment, and the development of recommendations for improving market activity.

The research results indicate a significant potential of marketing strategies in improving enterprise processes and its interaction with the market. The developed recommendations have practical significance for the enterprise FOP Kovtun N.O. and can be used to strengthen its market positions and strategic development.

Keywords: Activation of market activity, marketing, competition, globalization, methodology, effectiveness, strategies.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Сутність маркетингової системи підприємства.....	7
1.2. Методи маркетингових досліджень.....	15
1.3. Напрямки маркетингової діяльності підприємства і оцінка її ефективності.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТРАНСПОРТНОЇ КОМПАНІЇ ФОП КОВТУН Н.О.....	28
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	28
2.2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	35
2.3 Маркетинговий аналіз макросередовища підприємства.....	42
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ПО ПОКРАЩЕННЮ, МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНОЇ КОМПАНІЇ ФОП КОВТУН Н.О. З ЦІЛЛЮ АКТИВІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	57
3.1. Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності.....	57
3.2. Економічна оцінка ефективності рекомендацій.....	63
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

У контексті глобалізації та інтенсифікації конкуренції, маркетинг виступає не просто як функція бізнесу, а як стратегічна основа для досягнення успіху на ринку. Сучасні підприємства залежать від ефективних маркетингових стратегій, які дозволяють адаптуватися до змінних вимог споживачів і технологічних інновацій. В цьому контексті тема дипломної роботи «Активізація ринкової діяльності підприємства на основі маркетингу» є надзвичайно актуальною, адже вона фокусується на вдосконаленні маркетингових стратегій та тактик для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності підприємств.

Основна мета роботи — розробити методологію активізації ринкової діяльності на основі маркетингових інновацій та сучасних підходів управління. Завдання, що випливають з цієї мети, включають детальний аналіз теоретичних основ маркетингу, емпіричне дослідження маркетингової практики підприємства ФОП Ковтун Н.О., а також розробку стратегій, які можуть значно покращити їх ринкову діяльність.

Науково-практичне значення цього дослідження полягає у формулюванні та апробації комплексних рекомендацій, які дозволять підприємствам не тільки підвищити свою ринкову активність, але й адаптуватися до динамічних змін ринкових умов, збільшуючи свою ефективність та конкурентоспроможність.

Об'єктом дослідження обрано маркетингову діяльність транспортної компанії, а предметом — розробка та адаптація маркетингових стратегій цього підприємства. Дослідження використовує комплексний підхід, зокрема SWOT-аналіз, аналіз макросередовища, опитування та моделювання, щоб зрозуміти поточний стан маркетингових зусиль та визначити оптимальні шляхи їх удосконалення.

Результати цієї дипломної роботи сприятимуть розумінню механізмів активізації ринкової діяльності підприємств, інтеграції теоретичних досліджень

та практичних методик, що в кінцевому підсумку повинно сприяти формуванню ефективних стратегій маркетингу в контексті змінливого ринкового середовища. Структура роботи: вступ, три розділи, висновок, список використаних джерел, додатки. Робота містить 9 таблиць, 8 рисунків та 5 графіків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність маркетингової системи підприємства

Метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку і розширення своєї ринкової частки. В умовах ринку і високої конкуренції управління підприємством має бути гнучким, керівництво має швидко реагувати на ринкові зміни, що тісно пов'язане з маркетинговою діяльністю [11, с. 20].

Зміст маркетингової діяльності може бути розкритим через різноманітні аспекти та одночасно бути наукою, концепцією управління, соціальним процесом, окремим типом діяльності та певною філософією реалізації бізнесу [2, с. 34].

Більшість керівників підприємств має сприймати маркетингову діяльність на підприємстві як інструмент підвищення конкурентоспроможності, збільшити обсяги виробництва і реалізації товарів і послуг, забезпечити працівникам зростання їх доходів, а акціонерам чи власникам підприємств – збільшити прибутки і дивіденди [19].

Метою маркетингової діяльності з економічних позицій має бути зосередження уваги на потребах споживача, а вже потім одержання прибутку за рахунок своїх конкурентних переваг, зміцнення ринкових позицій, зростання обсягів виробництва та реалізації виготовленої продукції.

Складниками маркетингової діяльності підприємства мають бути:

1. Планування маркетингу здійснюється з врахуванням цілей, місії, завдань підприємства та його маркетингу, а також зовнішнього й внутрішнього маркетингового середовища. На етапі планування маркетингу обов'язковою складовою є прогнозування необхідних заходів з контролю маркетингової діяльності підприємства.

2. Організація маркетингу має базуватися на:

- визначенні бюджету маркетингу;
- проведенні маркетингових досліджень;
- аналізі ринкових можливостей підприємства;
- сегментації та виборі цільових ринків;
- розробці ринкової стратегії;
- формуванні комплексу маркетингу підприємства.

3. Управління маркетинговою діяльністю – це система різноманітних видів діяльності, котрі являють собою великий комплекс заходів тактичного та стратегічного характеру, які пов’язані між собою та спрямовані на ефективну реалізацію діяльності підприємства на ринку та досягнення головної мети – задоволення потреб покупців продукції та, на цій основі, отримання високого прибутку. Дане поняття включає складність процесу управління маркетингом, його зміст та призначення, підкреслює системність загального процесу, тому що управління системою маркетингу повинно здійснюватися комплексно та системно.

4. Контроль маркетингу повинен бути стандартизованим і відповідати вимогам періодичності, всеохоплюючого характеру, об’єктивності та послідовності [12, с. 14].

Етапи планування маркетингової діяльності представлені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Етапи планування маркетингової діяльності [18]

Основною складовою маркетингової діяльності підприємства є збут своєї продукції. Виконання зазначених завдань створює платформу для великих обсягів збуту та їх поступового зростання.

Як показує практика роботи переважної більшості вітчизняних підприємств, маркетингова діяльність реалізується з використанням традиційних інструментів маркетингу, які взаємопов'язані з завданнями маркетингу. Основні аспекти терміну «маркетингова стратегія» можна поділити на вісім груп, які відображені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Основні аспекти терміну «маркетингова стратегія»

Зазначені інструменти активно впроваджуються в маркетинговій діяльності підприємств.

Маркетингова комунікаційна політика підприємства окреслює сукупність тактичних маркетингових інструментів, котрі застосовуються для досягнення поставлених цілей.

Для більшості підприємств систему маркетингу можна розглядати як інструмент, здатний підвищити конкурентоспроможність, забезпечити ефективні виробничо-економічні та соціальні відносини, що дозволяє реалізувати економічні інтереси працівників, власників бізнесу та споживачів.

Система маркетингу підприємства – це внутрішньо організована сукупність взаємопов'язаних компонентів (економічних, соціальних, організаційних, техніко-технологічних) щодо зовнішнього середовища, нерозривна єдність яких, з одного боку, забезпечує задоволення потреб споживачів, а з іншого боку, досягнення суб'єктом управління поставлених цілей. Це реально в контексті цілеспрямованого та ефективного функціонування таких підсистем, як маркетингова інформація, комплекс маркетингу, управління маркетингом.

У системі маркетингу особливо важливо зосередитися на збільшенні продажів і доходів за рахунок більш повного задоволення потреб споживачів, усунення посередників і забезпечення тісної комунікації з клієнтами, в тому числі надання інформаційно-аналітичної інформації. підтримка. У цьому контексті належним чином спланована та організована система маркетингу дозволяє оптимізувати та точно спланувати діяльність для досягнення місії підприємства на ринку та забезпечення ефективної, стабільної та прибуткової його роботи.

Система маркетингу на підприємстві представляє собою симбіоз маркетинг-мікс і системи управління маркетингом. Її мета – забезпечити швидке реагування на ринкові зміни. При її організації необхідно враховувати такі складові:

- 1) аналітико-стратегічний;
- 2) розробка комплексу маркетингу;
- 3) організація та управління маркетингом.

Основним завданням дослідження середовища підприємства є аналіз факторів його макро- та мікросередовища з метою визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз ринку, збирання результатів аналізу всіх

аспектів виробництва. Фінансову, збутову та корпоративну стратегію, а також зробити висновки щодо можливих шляхів протидії негативній дії факторів. Важливим є процес адаптації підприємства до змін навколишнього середовища та дії переважно неконтрольованих факторів. Результати дослідження середовища підприємства дозволяють правильно використовувати внутрішнє та зовнішнє (неконтрольоване) середовище для досягнення успіху у споживачів та забезпечення стабільної роботи підприємства в сучасних умовах [5, с. 54-57].

Формування маркетингу підприємств повинно базуватися на інформаційній системі маркетингу, включати орієнтацію на потреби покупців, розробку та реалізацію управлінських рішень, диференційований підхід до різних ринків та ринкових сегментів, використання програмно-цільового методу та комплексного підходу для досягнення тактичних та стратегічних цілей зростання попиту та пропозиції товарів [12, с. 14].

Для ефективного функціонування системи маркетингу на підприємствах потрібно розуміти послідовність здійснення процесу управління нею. Даний управлінський процес складається з таких етапів:

1) дослідження ринкових можливостей підприємства включає оцінку тактичного й стратегічного попиту, котрий відображає ефективність ринкових можливостей, які відкриваються перед підприємством. До структури оцінки ринкових можливостей входить визначення нових ринкових ніш та аналіз можливостей маркетингу. Головним завданням даного етапу є визначення конкурентних переваг підприємства;

2) визначення цільових ринків – це діяльність як включає:

- оцінку та прогнозування попиту на продукцію підприємства;
- сегментацію ринку;
- визначення цільових сегментів та ніш ринку;
- позиціонування продукції на ринку;

3) розробка маркетингових стратегій – визначення мети і основних задач підприємства за кожним окремим ринковим сегментом та ринком загалом, а

також за кожним товаром на визначений період часу для реалізації виробничої й комерційної діяльності згідно із наявною ситуацією на ринку та можливостями підприємства;

4) розробка комплексу маркетингу. Даний етап включає розробку структурованої й ефективної системи маркетингових заходів та інструментів.

Особливостями даного етапу є:

- велика кількість комбінацій дій та інструментів маркетингу;
- взаємний вплив інструментів маркетингу, що може впливати на їхню сукупну дію;
- обмежений обсяг ресурсів для реалізації маркетингової програми;
- невизначеність стосовно результату маркетингових дій та впливу інструментів маркетингу;
- рівень кваліфікації персоналу.

5) формування програми маркетингу, яке відбувається із врахуванням цілей, місії та завдань підприємства, його маркетингу та маркетингового середовища;

6) реалізація програми маркетингу, яка передбачає практичне використання усіх методів для задоволення потреб споживачів та одержання підприємством прибутку;

7) аналіз і контроль маркетингової діяльності підприємства. Даний процес відбувається для перевірки ефективності функціонування системи маркетингу на підприємстві. Система аналізу та контролю маркетингової діяльності підприємства є кінцевим етапом процесу маркетингового управління [12, с. 14].

Основний функціонал маркетингової системи представлений на рис. 1.3 [с. 17].

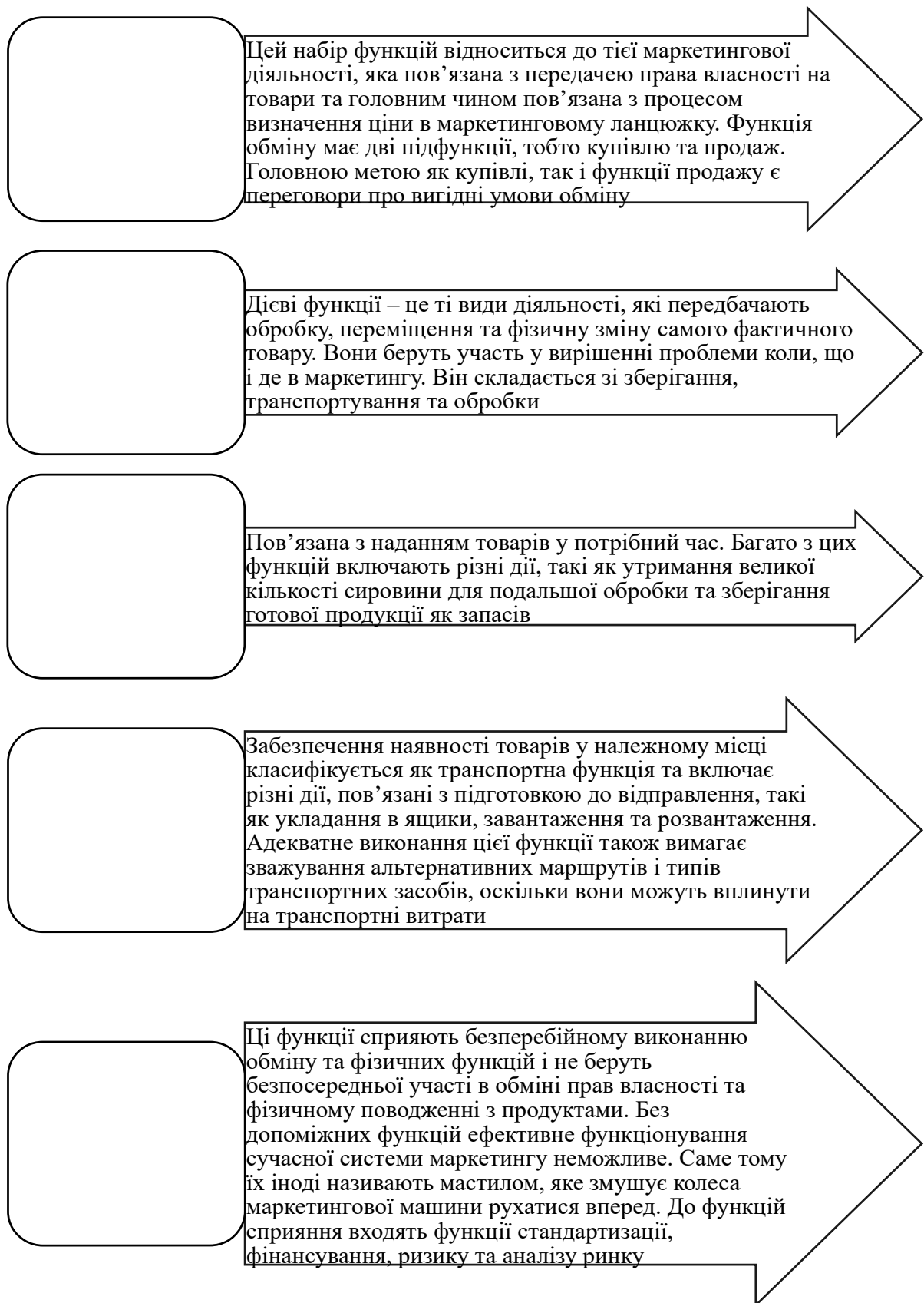


Рис. 1.3. Основний функціонал маркетингової системи [, с. 17]

Щодо побудови комплексної системи маркетингового управління підприємствами необхідно вирішити завдання координації планово-контрольної діяльності підприємства: рис. 1.4.

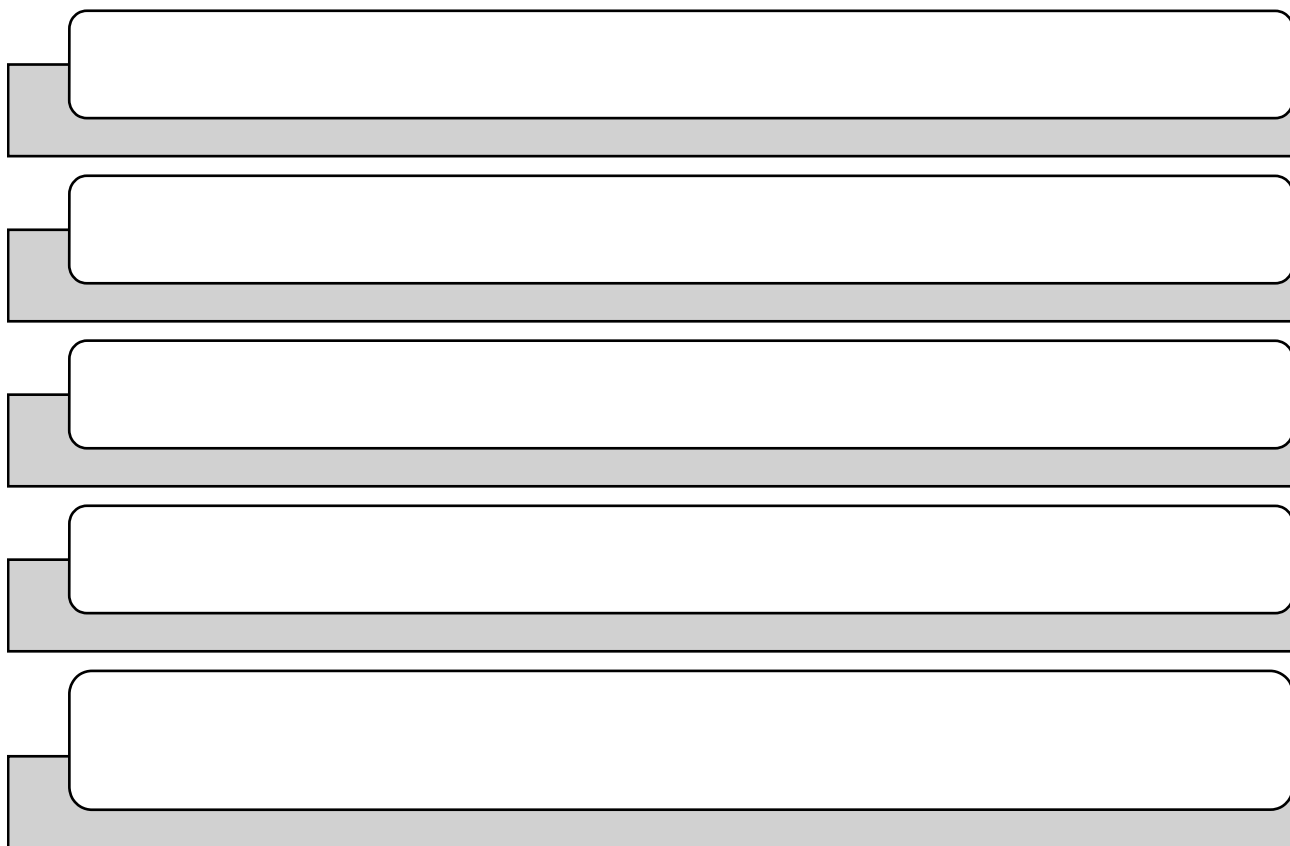


Рис. 1.4. Завдання координації планово-контрольної діяльності підприємства

Отже, маркетинг відіграє ключову роль у забезпеченні розуміння підприємством потреб своїх споживачів, стимулюючи креативне мислення, що є фундаментом для розвитку клієнтоорієнтованого підходу. Однак, щоб бути ефективними, маркетингові рішення повинні бути чітко обґрунтованими з комерційної та аналітичної точки зору, а також повинні вписуватися у загальну стратегію компанії, сприяючи її прибутковому зростанню та інноваційному розвитку.

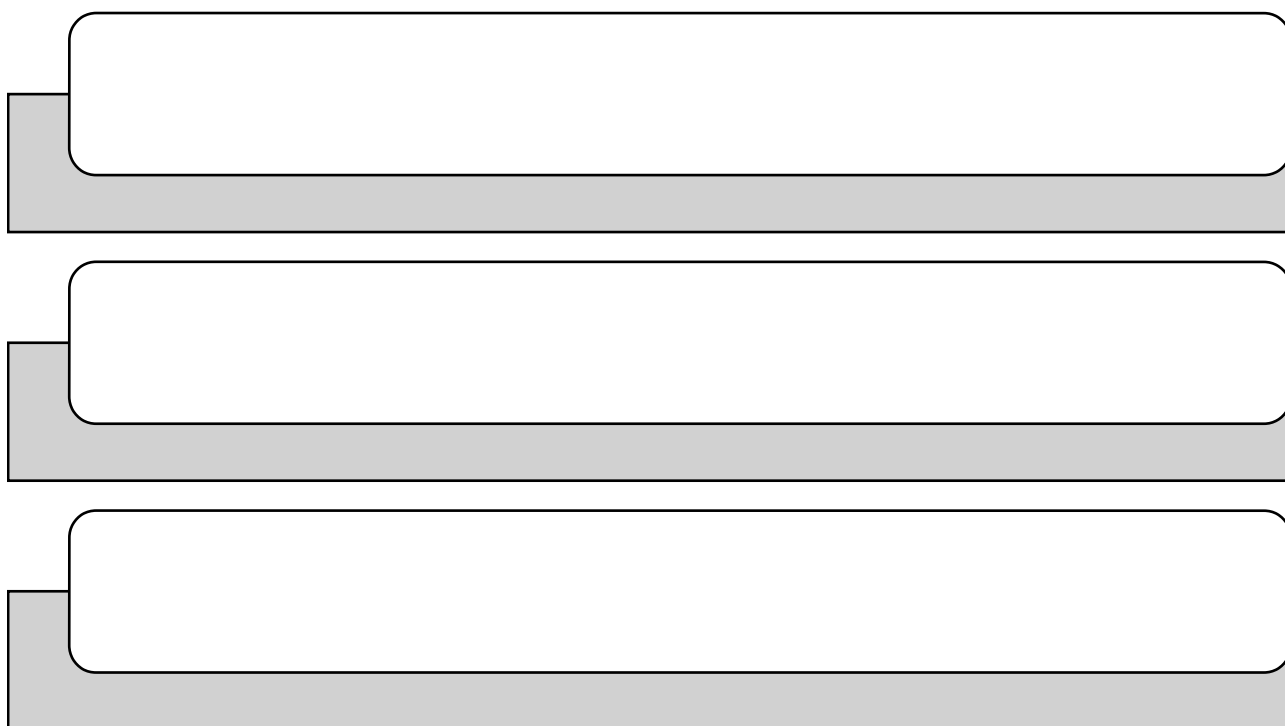
Маркетинг унікальний тим, що він здатний інтегрувати внутрішнє середовище підприємства з його зовнішнім контекстом, поєднуючи бізнесові цілі з ринковими умовами, вирівнюючи інтереси споживачів з інтересами акціонерів. Він об'єднує аналітичні та креативні підходи у прийнятті та

реалізації маркетингових стратегій, які є вирішальними для досягнення успіху на ринку.

1.2. Методи маркетингових досліджень

Маркетингові дослідження представляють собою критично важливий інструмент для бізнесу в умовах сьогоденного динамічного світу. Вони надають можливість компаніям збирати, аналізувати важливу інформацію про ринок, споживачів, а також конкуренцію, що є ключем до ухвалення обґрунтованих та ефективних управлінських рішень. У цій статті ми обговоримо ключові цілі, методології та актуальні аспекти маркетингових досліджень.

Основні цілі маркетингових досліджень включають:



The image shows three empty, rounded rectangular boxes stacked vertically. Each box is white with a thin black border and is set against a light gray background that has a slight shadow effect behind the boxes. These boxes are intended for listing the main goals of marketing research.

Рис. 1.5. Цілі маркетингових досліджень [8, с. 181-182]

Основні методи маркетингових досліджень включають: рис. 1.6.

Маркетинговий аналіз – це процес дослідження ринку та конкурентного середовища, який дозволяє отримати інформацію про споживачів, їхні потреби,

поведінку та звички, а також про конкурентів та тенденції в галузі. Результати маркетингового аналізу є важливою основою для прийняття рішень щодо стратегії продажу товарів та послуг.

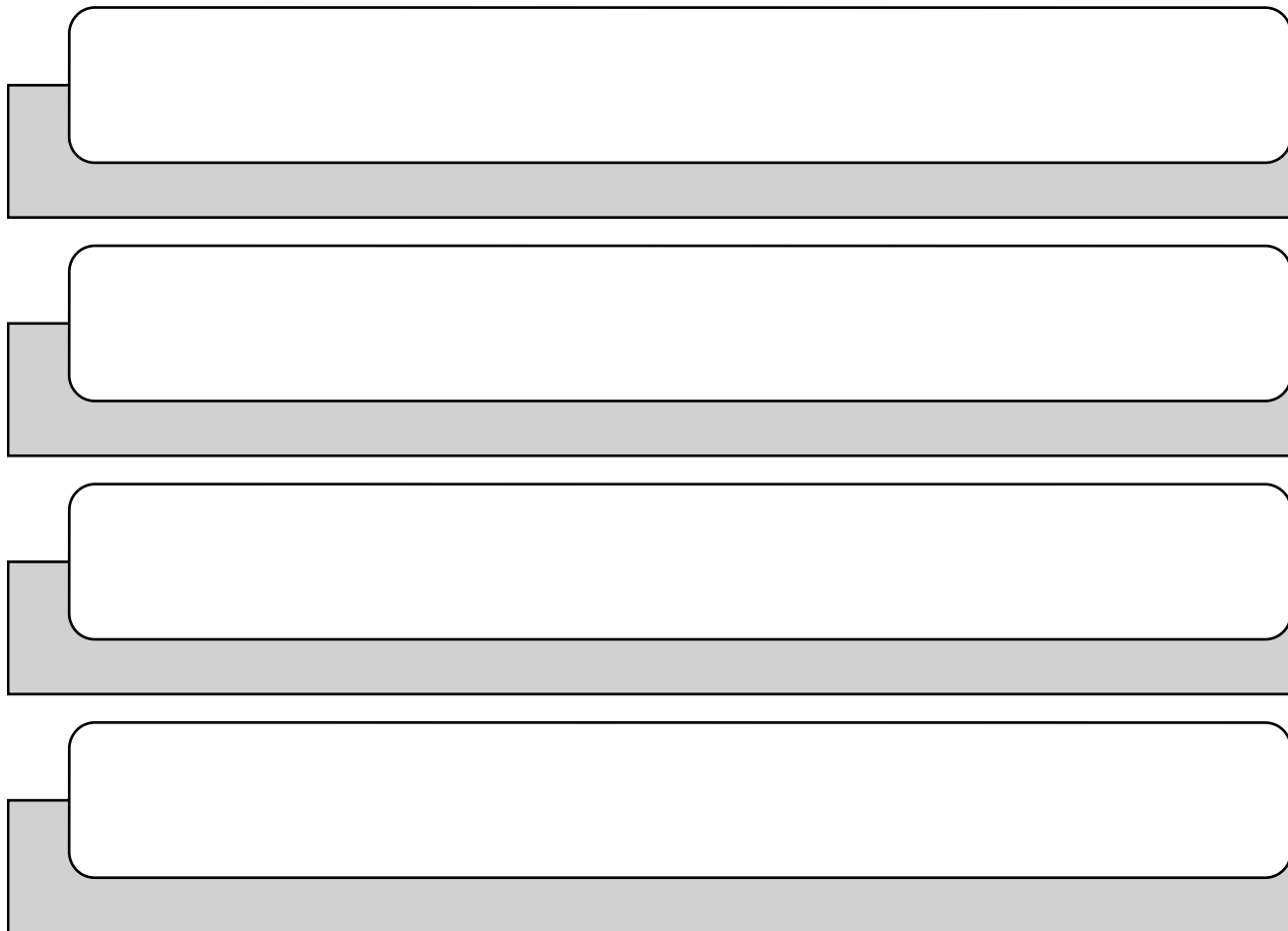


Рис. 1.6. Основні методи маркетингових досліджень [8, с. 181-182]

Маркетинговий аналіз включає такі етапи:

1. Дослідження ринку та конкурентів: аналізуються ринок та конкурентне середовище, виявляються переваги та недоліки конкурентів, оцінюється ринковий потенціал та можливості розвитку бізнесу.

2. Визначення цільової аудиторії: досліджується цільова аудиторія, включаючи характеристики споживачів, їхні потреби та поведінку на ринку.

3. Аналіз продукту або послуги: проводиться оцінка продукту або послуги, включаючи його конкурентоспроможність та потенціал для покращення. Визначення стратегії маркетингу: вибирається стратегія

маркетингу, яка найбільше відповідає потребам цільової аудиторії та дозволить досягти поставлених цілей.

4. Планування маркетингових заходів: розробляється план маркетингових заходів, який включає рекламні та просувальні кампанії, промо-акції, співпрацю з партнерами та інші методи маркетингу.

5. Оцінка результатів: проводиться оцінка результатів маркетингових заходів, щоб визначити ефективність стратегії маркетингу та внести корективи до подальшої діяльності.

Сучасний маркетинговий аналіз використовує різноманітні інструменти та методи для збору, аналізу та інтерпретації даних, що допомагають компаніям зрозуміти своїх клієнтів та конкурентів, а також планувати та виконувати ефективні маркетингові кампанії [10, с. 147-149].

При маркетингових дослідженнях використовуються методи стратегічного аналізу.

SWOT-аналіз допомагає виявити сильні і слабкі сторони підприємства, а також загрози і можливості для бізнесу. Це метод аналізу, що поєднує оцінку використання сильних сторін для зниження загроз і активізації можливостей. Також він допомагає зрозуміти, які слабкі сторони заважають розвитку і як їх нівелювати за допомогою можливостей. Це формує фундамент для розробки стратегій розвитку і набуття конкурентних переваг.

PEST-аналіз служить інструментом оцінки стану макросередовища і його впливу на діяльність підприємства. За допомогою цього аналізу всі фактори групуються на політичні, економічні, соціальні і технологічні. По кожній групі виділяються менші складові і проводиться аналіз змін і можливого впливу на поточну чи майбутню діяльність.

1.3. Напрямки маркетингової діяльності підприємства і оцінка її ефективності

Для досягнення високої ефективності у своїй діяльності, підприємство має вибудувати оптимальну комбінацію сучасних управлінських концепцій, виходячи з особливостей своїх продуктів та послуг.

Використання інформаційних технологій у управлінні підприємством стає необхідним через такі важливі аспекти, як ефективність і швидкість обробки інформаційних ресурсів за допомогою комп'ютерних систем, можливість зберігання об'ємної інформації щодо фінансової діяльності та її оперативної передачі зацікавленим особам. Отже, основна мета підприємства полягає у вдосконаленні своєї діяльності через застосування інформаційних систем.

Значення маркетингової інформації полягає у зменшенні невизначеності під час ухвалення управлінських рішень, що, у свою чергу, допомагає знизити ризик прийняття некоректних рішень.

Щодня маркетологи стикаються з об'ємною кількістю інформації, не вся з якої безпосередньо стосується актуальних завдань, що стоять перед ними. Перевантаженість інформацією може ускладнити процес прийняття рішень, адже маркетологам часто важко відділити корисне від непотрібного, перевірити достовірність інформації та її придатність для поточних задач. Це створює парадоксальну ситуацію, коли при зовнішньому надлишку інформації фактично виникає її нестача через відсутність релевантності.

Маркетингова інформаційна система служить ключовим інструментом для вирішення цієї проблеми, забезпечуючи підприємство необхідною та актуальною інформацією. Система аналізує дані, отримані як з зовнішнього середовища, так і з внутрішніх джерел підприємства, тим самим допомагаючи менеджменту у формуванні обґрунтованих стратегічних рішень.

На базі відфільтрованої та аналізованої маркетингової інформації розробляється маркетингова стратегія підприємства. Ця стратегія стає основою для подальшого планування та управління маркетинговою діяльністю, дозволяючи підприємству ефективно взаємодіяти з ринком та адаптуватися до його змін.

Необхідність маркетингових інформаційних систем (МІС) для сучасного бізнесу обумовлена трьома ключовими факторами, які впливають з концепції сучасного маркетингу:

1. Компенсація розосередженості клієнтів: На великих територіях, де клієнти розосереджені, ефективне збирання та обробка інформації через оперативні системи дозволяє компенсувати негативний вплив цього фактора.

2. Систематичне вивчення потреб покупців: Вимагає проведення регулярних маркетингових досліджень для глибшого розуміння очікувань та переваг споживачів.

3. Використання нецінових методів конкуренції: Залучення телекомунікаційних технологій стає важливим інструментом нецінової конкуренції, зокрема в аспектах реклами та просування.

Маркетингові інформаційні системи становлять основу інформаційного забезпечення маркетингової діяльності в більшості організацій. Головна мета МІС - визначити необхідність у маркетинговій інформації для ефективного управління підприємством. Це забезпечує можливість приймати відповідальні управлінські рішення на будь-якому рівні, відповідаючи на запити ринку та потреби споживачів вчасно та адекватно.

Ключові категорії маркетингових інформаційних систем включають:

1. Документаційні системи: Вони забезпечують регулярне збирання ключової інформації про індустрію та конкурентів із джерел, таких як газети, журнали та дослідницькі звіти. Ця текстова інформація вимагає спеціалізованого кодування та часто використовує зовнішні бази даних та комп'ютеризовані системи обробки.

2. Планові системи: Орієнтовані на підтримку процесів планування. Такі системи мають бути гнучкими, дозволяючи обмін і розподіл інформації за потреби та забезпечувати інтерактивний діалог з користувачем.

3. Контрольні системи: Зосереджені на моніторингу ключових індикаторів, що використовуються для створення звітів та видачі довідок.

Маркетингова база даних являє собою структуровану колекцію даних, що забезпечує важливу інформацію для прийняття управлінських рішень.

Стратегічна мета маркетингу полягає в тому, щоб визначення стратегії виходу компанії на певний ринковий сегмент базувалося на аналізі обмеженої кількості ключових факторів. Інформаційні технології надають можливість гнучко підходити до організації праці, ефективно використовувати ресурси та координувати зусилля співробітників та проектних команд.

Економічна діагностика ефективності маркетингової діяльності представляє собою системний аналіз та оцінку фінансових і економічних показників маркетингових ініціатив компанії. Вона має велике значення для компаній, які зазнали впливу військових конфліктів, оскільки дозволяє не тільки виявити основні напрямки маркетингових зусиль, але й оцінити стан ринку в умовах високої нестабільності.

Економічна діагностика в контексті оцінки ефективності маркетингу включає кілька ключових напрямів:

- Фінансова віддача від маркетингових заходів: Вимірювання прямого впливу маркетингових ініціатив на доходи та прибутковість компанії.
- Оцінювання ефективності використання ресурсів і бюджетів: Аналіз, наскільки раціонально і ефективно компанія розпоряджається своїми ресурсами та фінансами у сфері маркетингу.
- Оцінювання динаміки ринків та сегментів: Аналіз змін у потребах та поведінці споживачів на тих ринках та сегментах, де компанія працює або планує розпочати діяльність.
- Оцінювання ризиків окремих проектів і маркетингових заходів: Визначення потенційних загроз та невдач, пов'язаних з конкретними маркетинговими проектами та кампаніями.
- Дослідження сприйняття інвесторів та інших зацікавлених сторін: Збір і аналіз відгуків від інвесторів, партнерів, та інших стейкхолдерів про маркетингові ініціативи.

- Оцінювання конкурентних переваг проектів: Аналіз унікальних ринкових переваг, які маркетингові проекти можуть надати компанії у порівнянні з конкурентами.

- Оптимізація продуктивності: Вдосконалення внутрішніх процесів і стратегій для підвищення ефективності маркетингової діяльності.

- Оцінювання сталості і життєздатності маркетингових стратегій: Перевірка, наскільки маркетингові стратегії відповідають довгостроковим цілям компанії та є стійкими до змін у зовнішньому середовищі.

Ці напрями дозволяють компанії не лише адаптуватися до змін у ринковому середовищі, але й прогнозувати майбутні тенденції, мінімізувати ризики та визначати найбільш перспективні напрямки для інвестицій у маркетинг (рис. 1.7).

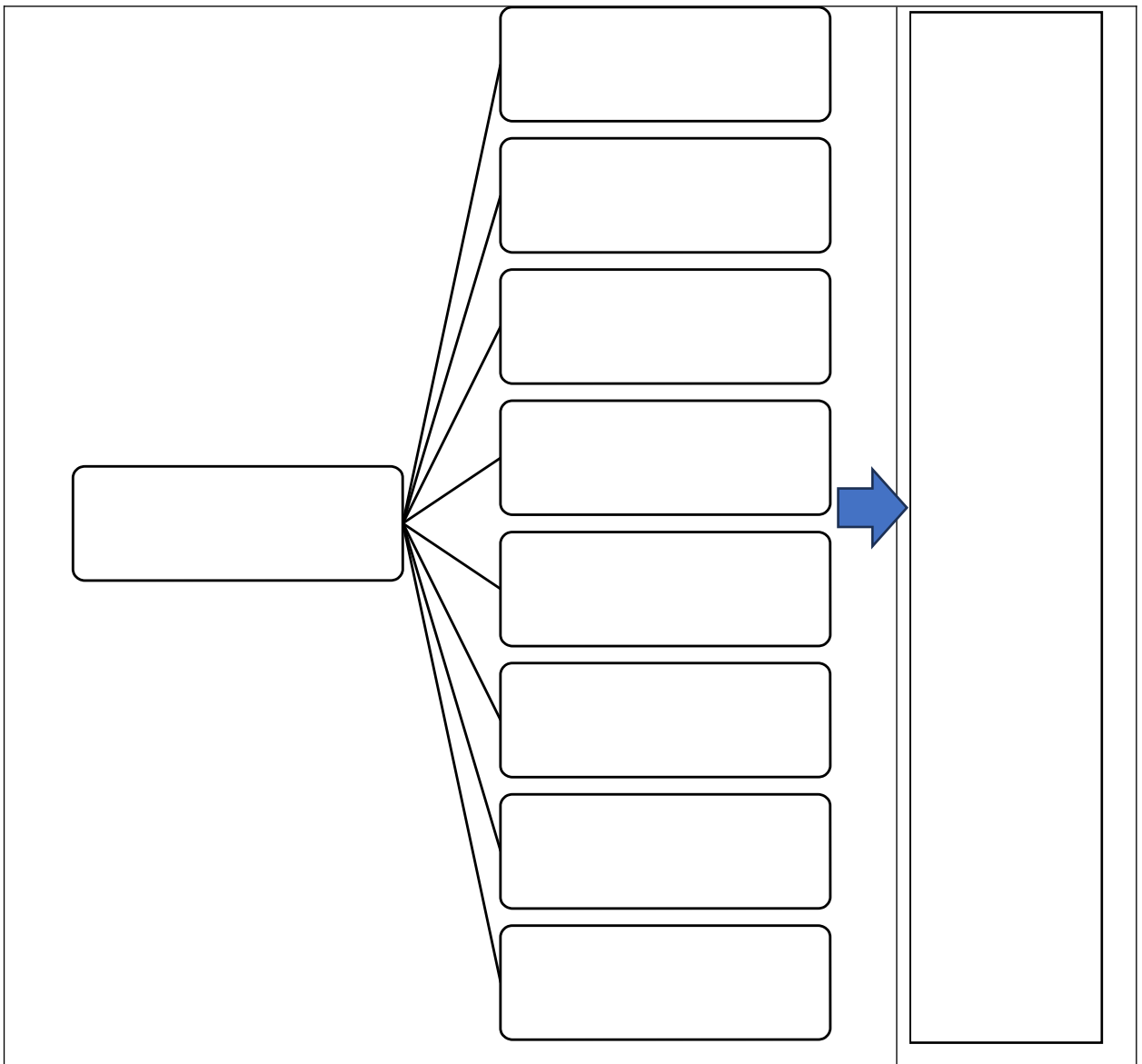


Рис. 1.7. Напрямки економічної діагностики в аспекті оцінювання ефективності маркетингової діяльності [9, с. 74-89]

Економічна діагностика ґрунтується на використанні кількісних даних та показників, що вимірюють ефективність, та стає основою для прийняття управлінських рішень. Головна її перевага полягає в можливості зробити вибір, заснований не на суб'єктивних оцінках чи інтуїції, а на об'єктивних економічних індикаторах. Це забезпечує компаніям упевненість у виборі стратегій, що мають реальне обґрунтування.

Для аналізу та оцінки ефективності маркетингових операцій і стратегій існує різноманіття показників, згадуваних у наукових працях. Ці показники

охоплюють всі ключові аспекти управління маркетинговою діяльністю та дозволяють оцінити її на всіх рівнях організації (рис. 1.8).

Відношення валового прибутку (ВП) до загального обсягу реалізації (Р)

Відношення валового прибутку (ВП) до загального обсягу реалізації (Р)

Відношення загальної суми витрат, що пов'язані зі збутом продукції (ВЗ), до загального обсягу реалізації (Р)

Відношення загального обсягу реалізації (Р) до чисельності робітників, що займаються маркетингом (ЧРМ)

Відношення чистого прибутку (ЧП) до чисельності робітників, що займаються маркетингом (ЧРМ)

Співвідношення чисельності робітників, підприємства ЧРп що займаються реалізацією ЧРз і загальної чисельності робітників

Рис. 1.8. Показники оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства [7, с. 48-50]

Вказані індикатори дозволяють аналізувати та оцінювати роботу ключових аспектів маркетингу, які включають як торгівельні так і технологічні елементи, пов'язані із розподілом товарів. Аналіз охоплює весь ланцюг логістики — від транспортування і складування до підготовки товарів до відвантаження та подальших монтажних робіт. Ці показники відіграють важливу роль у вдосконаленні маркетингової стратегії та збільшенні ефективності та

продуктивності маркетингової діяльності в цілому. Основні методи діагностики цифрових форм бізнес-комунікацій продемонстровані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Методи діагностики цифрових форм бізнес-комунікацій

Цифрові форми бізнес-комунікацій	Методи діагностики	
	Якісні	Кількісні
Власний веб-сайт	Тестування сайту користувачами, фокус- групи, експертний аналіз, вивчення відгуків та коментарів від відвідувачів сайту	Аналітика веб-сайту, А/В тестування, відстеження конверсій, аналіз поведінки користувачів
Соціальні мережі	Аналіз змісту, аналіз взаємодії аудиторії з публікаціями, моніторинг обговорень, аналіз динаміки активності аудиторії	Дослідження аудиторії за критеріями сегментації, аналіз залученості аудиторії, аналіз конверсій, аналіз трафіку
Електронна пошта	Аналіз якості вмісту електронних листів, оцінка реакцій та взаємодій, вивчення ставлення та реакцій на електронні листи	Аналітика відкриття, аналіз кількості переходів на посилання у листі, аналіз конверсій, вимірювання рівня спаму та недоставленості та відписок від розсилки
Відеоконтент	Вивчення коментарів, вимірювання рівня розуміння, сприйняття та запам'ятовування інформації	Вимірювання загальної кількості переглядів, лайків, дизлайків, коментарів, обміну контентом, аналіз тривалості перегляду, кількості підписників
Платформи для спілкування	Вивчення типів запитань та відповідей, фокус-групи з користувачами платформи, аналіз відгуків та коментарів	Вимірювання кількості повідомлень, учасників на платформі, кількості лайків, коментарів, репостів, тривалості спілкування, вивчення рейтингів платформи
Мобільні додатки	Опитування щодо враження від використання, проведення тестів для оцінки зручності та функціональності інтерфейсу	Вимірювання кількості завантажень додатку, кількості сесій, часу, проведеного користувачами в додатку, та частоти його
Подкасти	Оцінка якості та релевантності контенту подкасту і відповідності цілям комунікації, аналіз відгуків та питань, які надходять від слухачів	Вимірювання загальної кількості слухачів, як часто вони повертаються до подкасту, тривалості прослуховування, кількості лайків, коментарів, репостів

Цифрова реклама	Фокус-групи щодо сприйняття цифрової реклами, глибинні інтерв'ю, вивчення відгуків та коментарів про рекламу в соціальних мережах та інтернет-форумах	Вимірювання кількості кліків на рекламні оголошення або посилання, тривалості знаходження, А/В-тестування, оцінка конверсії, вимірювання кількості лайків, коментарів, репостів, трафіку
Месенджери	Фокус-групи щодо досвіду та вражень від використання, інтерв'ю з представниками цільової аудиторії, аналіз контенту повідомлень, спостереження за поведінкою користувачів, аналіз відгуків	Вимірювання загальної кількості повідомлень, відправлених та отриманих через месенджери, оцінка реакційності команди підтримки, вимірювання рівня конверсії через месенджери, оцінка кількості повідомлень, що були відкриті

Кількісні методи діагностики надають можливість отримати чіткі числові показники взаємодії аудиторії з комунікаційними каналами підприємства. Аналіз показників трафіку, конверсій дозволяє визначити, наскільки ефективно взаємодіють користувачі з цифровими платформами. Вимірювання метрик електронної пошти, таких як відкриті листи, кліки, відписки, надають змогу оцінити ефективність комунікаційних кампаній через цей канал.

Якісні методи діагностики доповнюють кількісний аспект, надаючи розуміння взаємодії аудиторії з бізнес-комунікаціями. Фокус-групи та інтерв'ю з користувачами дозволяють з'ясувати їхні враження, відгуки та сприйняття комунікаційних зусиль підприємства. Аналіз контенту повідомлень, відгуків та коментарів допомагає виявити позитивні або негативні аспекти взаємодії з аудиторією.

Економічний аналіз ефективності маркетингових ініціатив заснований на детальному вивченні широкого спектру економічних і ринкових показників, оцінці фінансової інформації, а також аналізі продуктивності індивідуальних проектів та їх внеску в загальний портфель компанії. Метою такої діагностики є надання повної картини довгострокової віддачі від маркетингових зусиль, визначення основних перешкод та потенційних ризиків для подальшого розвитку.

Сучасні підприємства прийшли до висновку, що маркетингова система – важливий елемент завоювання ринку і успішної роботи на ньому. Організована маркетингова робота на підприємстві допомагає швидко реагувати на ринкові зміни, підвищити ефективність діяльності підприємства, покращити конкурентоспроможність.

Діяльність маркетингових служб і використання маркетингових інструментів дозволяє приймати зважені управлінські рішення, зміцнювати економічну безпеку підприємства в цілому.

В маркетинговій системі підприємства окремим елементом є інформаційне середовище і аналіз даних. Цю інформацію спеціалісти отримують з внутрішнього і зовнішнього середовища. Серед внутрішньої інформації можна вказати звітність підприємства. У зовнішню інформацію можна включити офіційну статистику ринків, наукові публікації і дослідження, маркетингові дослідження профільних компаній, різноманітні виставки і конференції тощо.

З огляду на складність сучасного ринкового середовища, виникає гостра необхідність у створенні ефективних локальних та глобальних інформаційно-обчислювальних систем, розробці розподілених даних та формуванні спеціалізованих баз даних та банків даних. Ці ресурси служать для забезпечення доступу до інформації, необхідної для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

В сучасних умовах використання обґрунтованих методичних підходів для оцінювання результативних показників діяльності підприємства стає необхідною умовою для досягнення високих ринкових результатів. Правильно організоване управління маркетингом за допомогою функціональних сфер та з використанням відповідних критеріїв та показників є ключем до зрозумілого вимірювання ефективності маркетингових зусиль.

Така систематична оцінка є вирішальною для інтеграції нових інформаційних технологій і створення інформаційних систем маркетингу, що не тільки сприяють поліпшенню управлінських процесів, але й відповідають

найвищим стандартам якості. Рівень якості управління маркетингом має безпосередній вплив на здатність підприємства адаптуватися до ринкових умов, збільшити обсяги продажу та зростати у фінансовому плані.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТРАНСПОРТНОЇ КОМПАНІЇ ФОП КОВТУН Н.О.

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

В даному розділі проаналізовано професійну діяльність в секторі вантажоперевезень, ілюструючи це на прикладі Надії Олександрівни Ковтун. Підприємець використовує десятирічний досвід для ефективного управління комплексними логістичними завданнями та адаптації до швидко змінних умов ринку.

Значний акцент у діяльності ФОП робиться на міжнародні операції, що дозволяють розширювати географію послуг. Знання міжнародних митних та транспортних норм є критичними для успіху в цій області, а також важливими для ефективної взаємодії з клієнтами різних країн.

Адаптація до глобальних викликів, таких як економічні коливання чи пандемія COVID-19, вимагає гнучкості у стратегічному управлінні та відповідності послуг потребам ринку. Спроможність забезпечувати високу якість послуг під час криз вказує на ефективне управління та планування.

Аналіз також підкреслює важливість інноваційного підходу у веденні бізнесу в цій галузі. Використання сучасних цифрових маркетингових інструментів, як-от SEO, контекстна реклама та маркетинг в соціальних мережах, сприяє залученню та утриманню клієнтів, підвищуючи конкурентоспроможність підприємства.

Дослідження показує, що процвітання у галузі вантажоперевезень залежить від багатьох факторів, включаючи знання ринкових умов, здатність до швидкої адаптації, та інноваційний підхід до ведення бізнесу. Отримані знання можуть бути застосовані для підвищення ефективності діяльності та розробки стратегічних рішень, які сприятимуть подальшому розвитку та зростанню в цій галузі.

Локація та інфраструктура діяльності підприємства розташовані за адресою: Україна, 19635, Черкаська область, Черкаський район, село Білозір'я, вул. Ткаченка-Папаніна, будинок 23, включає в себе необхідні приміщення для ремонту та обслуговування автомобільного парку, адміністративні офіси, зони для відпочинку персоналу, а також місця для охорони. Це дозволяє підприємству забезпечити не тільки функціональність, але й безпеку своєї діяльності. Згідно з КВЕД 49.41, основною сферою діяльності є "Вантажний автомобільний транспорт", що підтверджує спеціалізацію підприємства.

ФОП Ковтун Надія Олександрівна, зареєструвала свою діяльність 06.02.2014 р.. За цей час підприємство встигло сформувати ефективну команду, налічуючи 23 фахівці, включаючи водіїв, логістів, завідувача складу та бухгалтера, що є свідченням організаційної структури та управлінських здібностей.

Таблиця 2.1.

Структура та функціональні обов'язки команди підприємства

Посада	Кількість	Основні обов'язки
Водії	17	Забезпечення безперебійних вантажоперевезень
Логісти	2	Планування та координація доставок
Завідувач складу	1	Організація складського господарства
Бухгалтер	1	Ведення фінансового обліку, розрахунки з партнерами і співробітниками
Охоронець	1	Забезпечення безпеки на території підприємства
Керівник	1	Керування загальною стратегією розвитку та вирішення ключових управлінських завдань

Основу команди становить 17 водіїв, забезпечуючи щоденні вантажоперевезення в межах країни та за її межами, що підкреслює важливість їх ролі у загальному процесі надання послуг. Логісти, кількість яких складає 2

особи, відповідають за координацію доставок та оптимізацію маршрутів, забезпечуючи плавність логістичних процесів. Завідувач складу грає ключову роль у зберіганні та обліку вантажів, а бухгалтерія, представлена одним фахівцем, забезпечує фінансову стабільність та дотримання податкового законодавства. Структура та функціональні обов'язки команди підприємства продемонстровані в Таблиці 2.1.

Виходячи з аналізу локації, інфраструктури та організаційної структури, вивченої підприємства, можна сказати про високий рівень організованості та ефективності у сфері вантажних перевезень. Ці фактори створюють міцну основу для подальшого розвитку та розширення бізнесу в умовах сучасного ринку, сприяючи зміцненню його позицій і адаптації до ринкових викликів.

Охорона та безпека є важливими аспектами у забезпеченні надійності діяльності. Наявність охоронця, що відповідає за забезпечення безпеки на території підприємства, є критично важливою для охорони майна та вантажів. Цей елемент функціонування бази діє як превентивний захід проти можливих втрат, підвищуючи впевненість у надійності зберігання товарів.

У центрі організаційної структури знаходиться керівник підприємства, який відповідає не лише за керівництво загальною стратегією розвитку, але й за вирішення ключових управлінських завдань. Його безпосередня участь і лідерство сприяють координації дій команди та спрямуванню всіх процесів на досягнення визначених цілей, що забезпечує ефективність і високий рівень задоволеності клієнтів.

Станом на 01.01.2024 року, транспортний парк підприємства, що включає 17 тягачів та 19 напівпричепів від провідних виробників, як-от DAF, MAN, VOLVO, та SCANIA, свідчить про значний масштаб та різноманітність діяльності [Додаток А]. Цей аспект підкреслює готовність компанії адаптуватися до різноманітних вимог вантажоперевезень і задовольняти потреби широкого спектру клієнтів.

Техніка, яка використовується в операціях, варіюється за роком випуску від 1998 до 2023, що свідчить про постійне оновлення та модернізацію

автопарку з метою підвищення ефективності операцій та зниження експлуатаційних витрат. Професіоналізм і високий рівень кваліфікації водіїв, кожен з яких відповідає за певний транспортний засіб, забезпечують надійність та оперативність виконання замовлень, що є ключовими факторами успіху підприємства у галузі вантажоперевезень.

Особливе місце в транспортному парку займає Mercedes Sprinter 212 D, який використовується для швидкої доставки запчастин до бази, забезпечуючи неперервність робочих процесів і мінімізацію часу простою техніки на ремонті. Це підкреслює стратегічний підхід до управління ресурсами та підтримки високого рівня оперативності послуг.

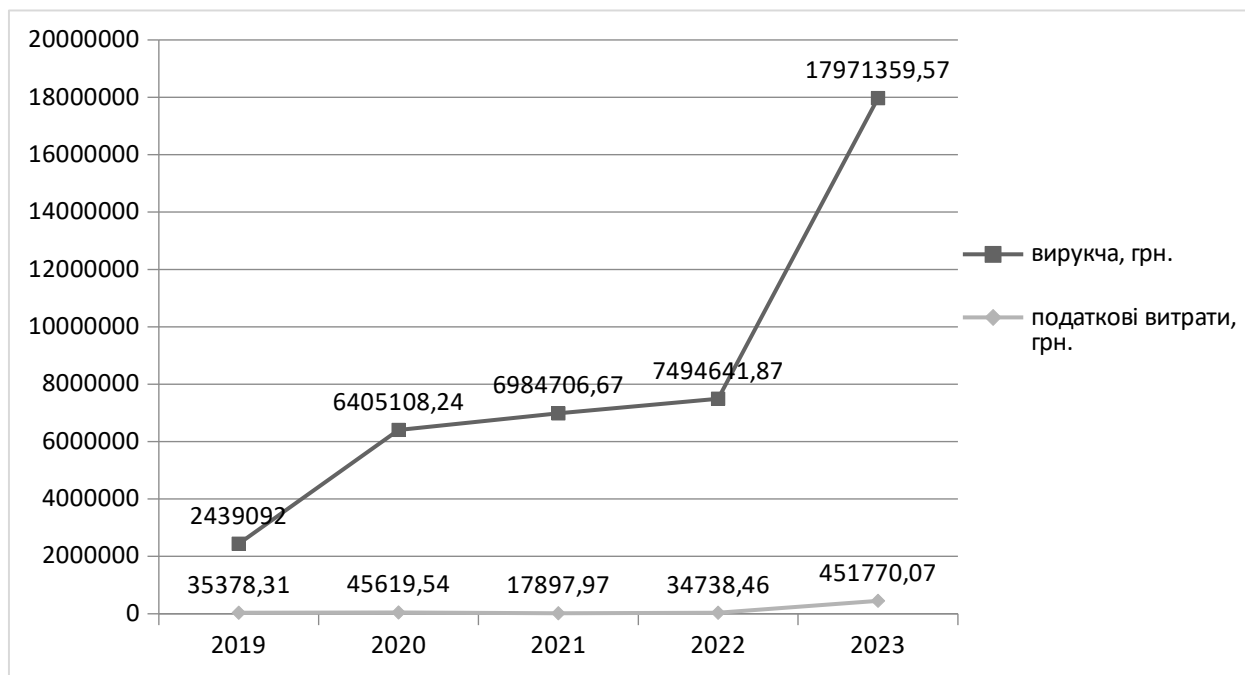
Здатність підприємства до виконання міжнародних перевезень свідчить про компетентність та спроможність адаптуватися до глобальних ринкових вимог, розширюючи таким чином свої бізнес-горизонти та консолідуючи конкурентні позиції на міжнародному рівні. Прогрес у розвитку транспортного парку, що спостерігається з часом, відображає зобов'язання до високих стандартів обслуговування та готовність до задоволення потреб широкого спектру клієнтів.

Матеріально-технічне забезпечення бази, зокрема, розташоване на території з площею 4350 квадратних метрів у Черкаській області, відіграє критичну роль у підтримці ефективності та надійності операційних процесів. Висока увага до аспектів безпеки, включаючи цілодобове відеоспостереження та сучасні охоронні системи, забезпечує інтегрований підхід до захисту вантажів, обладнання, та персоналу.

Забезпечення комплексних логістичних рішень, що охоплюють як місцеві, так і міжнародні перевезення, демонструє високий рівень організаційної спроможності та клієнтоорієнтованості. Гнучкість у формуванні тарифних планів, орієнтована на індивідуальні потреби кожного замовника, підкреслює її здатність до адаптації у відповідь на різноманітні вимоги ринку.

Фінансова стійкість підприємства, підкріплена останніми звітами про доходи, відображає успішне управління ресурсами та стратегічне планування,

що веде до зростання довіри з боку клієнтів та розширення обсягів діяльності. Такий всебічний підхід, включаючи стратегічне розширення транспортного парку, вдосконалення інфраструктури бази, та інтеграцію передових технологій безпеки, відіграє ключову роль у зміцненні позицій на вантажному транспортному ринку.



Графік 2.1. Фінансові показники ФОП Ковтун Надії Олександрівни за 2019-2023 роки

Протягом останніх кількох років, фінансова діяльність відзначається значущими змінами та вражаючими результатами зростання (таблиця 2.2, графік 2.1). Починаючи з 2019 року, коли виручка складала всього 2 439 092 грн., і до 2023 року, коли вона стрімко зросла до 17 971 359,57 грн., ми спостерігаємо суттєвий розвиток бізнесу.

Зокрема, від 2019 до 2020 року виручка зросла на 3 965 016,24 грн., або на 162,5%, досягнувши 6 405 108,24 грн., що може свідчити про успішну оптимізацію діяльності та розширення ринку послуг. Такий приріст супроводжувався збільшенням податкових витрат на 10 241,23 грн., або на 28,9%, склавши 456 195,54 грн., що є природним для розширення бізнесу.

Протягом 2020-2021 років зростання виручки стало більш поміркованим і збільшилась на 579 598,43 грн., або на 9%, до 6 984 706,67 грн., що все ж вказує

на стабільний розвиток підприємства. При цьому податкові витрати знизилися на 27 721,57 грн., або на 60,7%, становивши 17 897,97 грн., можливо, завдяки ефективному податковому плануванню.

Таблиця 2.2.

Фінансові показники підприємства за 2019-2023 роки

Рік	Виручка, грн	Податкові витрати, грн
2019	2 439 092.00	35 378.31
2020	6 405 108.24	45 619.54
2021	6 984 706.67	17 897.97
2022	7 494 641.87	34 738.46
2023	17 971 359.57	451 770.07

У 2022 році, незважаючи на розширення ринку до країн Європи, зростання відбулося на 509 935,2 грн., або на 7,3%, до 7 494 641,87 грн., через військові дії, що почалися на початку року. Податкові витрати зросли на 16 840,49 грн., або на 94,2%, до 34 738,46 грн., відображаючи зміни в податковому законодавстві та збільшення обсягу операцій.

Однак, в 2023 році виручка показала колосальне зростання на 12 476 717,7 грн., або на 166,4%, до 17 971 359,57 грн., що можна пояснити успішною адаптацією бізнесу до ринкових умов, ефективними маркетинговими стратегіями, та значним збільшенням валютної виручки. Важливо зазначити, що саме збільшення валютної виручки стало ключовим фактором такого вражаючого приросту доходів у 2023 році. Податкові витрати також зазнали істотного зростання на 1200,6%, що відображає не тільки збільшення обсягу господарської діяльності, але й зміцнення фінансової дисципліни та відповідальності перед державними регуляторами.

Загалом, аналіз підкреслює неймовірну адаптивність та динаміку розвитку бізнесу, а також здатність використовувати виклики сучасного бізнес-середовища як можливості для зростання. Наприкінці, великий приріст виручки

в 2023 році, забезпечений значною мірою завдяки валютній виручці, свідчить про вдале входження на міжнародні ринки та ефективне управління валютними ризиками.

Маркетингова стратегія ФОП Ковтун Надії Олександрівни орієнтована на якісне обслуговування та активне використання цифрових комунікаційних інструментів для просування послуг і залучення клієнтів. Застосування вебсайтів, соціальних медіа, та електронних розсилок дозволяє компанії ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, інформуючи про нові послуги та спеціальні пропозиції, а також реагувати на потреби ринку в реальному часі. Водночас, позитивні відгуки та рекомендації від задоволених клієнтів відіграють ключову роль у формуванні довіри та репутації підприємства.

Аналіз діяльності підприємства вказує на її здатність ефективно використовувати маркетингові та фінансові стратегії для досягнення успіху на ринку вантажних перевезень. Однак, підприємство стикається з викликами, типовими для галузі, такими як непостійний попит та зростання вартості палива, що вимагає гнучкого управління ресурсами та пошуку нових шляхів збереження конкурентоспроможності.

У відповідь на ці виклики, підприємство зосереджує зусилля на розширенні географії послуг, модернізації транспортного парку та впровадженні інноваційних технологій у логістичні процеси. Такий комплексний підхід спрямований на підвищення ефективності перевезень, оптимізацію витрат та покращення сервісу для клієнтів.

Розглядаючи перспективи розвитку, можна констатувати, що ФОП Ковтун Н.О. має всі передумови для подальшого зростання та зміцнення позицій на ринку вантажоперевезень завдяки стратегічному плануванню, інвестиціям у якість та інновації, а також активній маркетинговій діяльності. Постійний розвиток та вдосконалення управлінських та оперативних процесів дозволять компанії адаптуватися до мінливих умов ринку та зберігати лідируючі позиції, забезпечуючи високу задоволеність клієнтів.

2.2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства.

Аналіз маркетингової діяльності підприємства, яке спеціалізується у сфері вантажних перевезень, виявляє комплексний підхід до вивчення ринкових умов та адаптації до них. У дослідженні маркетингової стратегії можна виокремити основні аспекти, що формують її ефективність.

1. Ринкова позиція

Результат ФОП Ковтун Н.О. у секторі вантажоперевезень підкріплюється стійкою позицією на ринку, досягнутою через надійність послуг і здатність забезпечувати оперативне та якісне обслуговування. Основу для збереження та розширення ринкової позиції становить безперервний аналіз ринкових тенденцій, вивчення потреб цільового сегменту та втілення інноваційних рішень в оперативну практику.

Суттєве збільшення виручки підприємства протягом 2023 року на 12 476 717,7 грн., або на 166,4%, до 17 971 359,57 грн., ілюструє ефективність стратегії розвитку, зокрема через розширення бази клієнтів та оптимізацію логістичних процесів. Такий розвиток свідчить про підвищення попиту на послуги та розширення обсягів вантажоперевезень.

Міцна репутація та позитивний імідж на ринку вантажоперевезень були сформовані завдяки високому рівню задоволення потреб існуючих клієнтів. До кінця 2023 року клієнтська база нараховувала 153 клієнта, що свідчить про високу лояльність та довіру до послуг. Позитивні відгуки та рекомендації сприяють привабленню нових замовників, що підтримує стабільний розвиток бізнесу.

Стратегія залучення відгуків від клієнтів та підтримання високих рейтингів є центральним аспектом у підтримці та покращенні репутації. Задоволення клієнтів, документоване через позитивні відгуки, не тільки відображає високу якість послуг, але й стимулює нових клієнтів до співпраці з компанією. Протягом останнього року було залучено понад 20 нових

корпоративних та малих бізнес клієнтів, що сприяло розширенню присутності на європейському ринку.

Конкурентоспроможність цінової політики відіграє ключову роль у привабленні та утриманні клієнтської бази, особливо в умовах інтенсивної конкуренції на ринку вантажоперевезень. Аналіз цін, представлений у таблиці 2.3, ілюструє зусилля підприємства по збереженню доступності послуг при одночасному збереженні високих стандартів якості, що забезпечує їй вагомі конкурентні переваги.

Таблиця 2.3.

Вартість цін на вантажні перевезення ФОП Ковтун Н.О. станом на 01.01.2024р.

Вантажопідйомність транспорту	Ціна за 1 км (з ПДВ)
До 22 тонн	від 40 грн/км
До 10 тонн	від 34 грн/км
До 5 тонн	від 20 грн/км
До 2 тонн	від 15 грн/км

2. Стратегії просування

Стратегії просування виявляють значну гнучкість та інтеграцію із сучасними маркетинговими інструментами. Окрім активного використання цифрових каналів, таких як соціальні мережі, пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, ФОП Ковтун звертається до спеціалізованих онлайн-платформ для вантажоперевезень, зокрема DELLA™, Transportica, NEOLIT і Lardi-Trans. Ця стратегія забезпечує залучення нових клієнтів та підтримку зв'язку з існуючою клієнтурою. Реєстрація на цих платформах та активна участь у їхніх спільнотах збільшує видимість послуг Ковтун, надаючи можливість безпосереднього контакту з потенційними замовниками та партнерами. Ефективність таких стратегій додатково підсилюється добре структурованими пропозиціями вартості, які цілять на задоволення вимог різних сегментів ринку,

тим самим надаючи компанії стратегічну перевагу у конкурентному середовищі транспортної галузі.

Таблиця 2.3.

Ключові платформи вантажоперевезень для ФОП Ковтун Н.О.

Назва сайту	Опис
DELLA™	Онлайн-платформа для пошуку вантажів та перевізників, надає актуальну інформацію про вантажні перевезення.
Transportica	Сервіс, який дозволяє користувачам швидко знаходити перевізників та вантажі по території України.
NEOLIT	Компанія, що пропонує послуги вантажних перевезень по Україні, забезпечуючи надійність та доступні ціни.
Lardi-Trans	Платформа для пошуку міжнародних вантажів та перевізників, сприяє знаходженню попутних вантажів.

3. Аналіз цільової аудиторії

Аналіз цільової аудиторії є ключовим аспектом для забезпечення успіху на ринку транспортних послуг. Підприємство ФОП Ковтун Надії Олександрівни активно вивчає потреби та переваги своїх клієнтів, що дозволяє їй адаптувати свої послуги до динамічно змінюваних умов ринку. Такий підхід охоплює дослідження географічних та специфічних характеристик вантажів, вимог до швидкості доставки, а також потреби в додаткових сервісах.

Ідентифікація ключових сегментів клієнтів, які можуть скористатись послугами вантажоперевезень, виступає як перший крок в стратегічному аналізі. Сюди входять великі виробничі компанії, онлайн-магазини, а також дрібні та середні підприємства, кожен з яких має унікальні вимоги та переваги. Детальна сегментація дозволяє розробляти персоналізовані пропозиції, орієнтовані на специфічні потреби різних груп клієнтів.

Для розробки ефективної пропозиції послуг, підприємця враховує вимоги цільових сегментів, що включає аналіз типів вантажів, необхідності у

швидкій доставці, та потреби в додаткових логістичних послугах. Збір інформації може здійснюватись через прямі опитування клієнтів, аналіз їх відгуків, а також через вивчення поведінкових даних.

Основою для розробки стратегій просування є розуміння процесу прийняття рішення клієнтами при виборі постачальника логістичних послуг. Важливо ідентифікувати, які інформаційні канали використовують потенційні замовники, які фактори впливають на їхнє рішення, та які можуть бути потенційні бар'єри для вибору послуг ФОП.

Аналіз позиціонування послуг конкурентів на ринку дозволяє підприємству виявити унікальні переваги свого підприємства та визначити потенційні можливості для диференціації. Це також сприяє виявленню незадоволених потреб на ринку, які можуть бути використані для залучення нових клієнтів.

У процесі формулювання маркетингових стратегій важливо враховувати мотиваційні фактори та потенційні бар'єри, які можуть впливати на вибір клієнтами послуг. Це дозволяє розробляти цілеспрямовані маркетингові повідомлення, які відповідають потребам та вимогам цільової аудиторії.

Аналіз цільової аудиторії дозволяє не лише оптимізувати свої послуги, але й розробляти ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на залучення нових клієнтів, утримання існуючої клієнтської бази, підвищення репутації на ринку та досягнення стратегічних бізнес-цілей.

4. Ефективність існуючих маркетингових кампаній

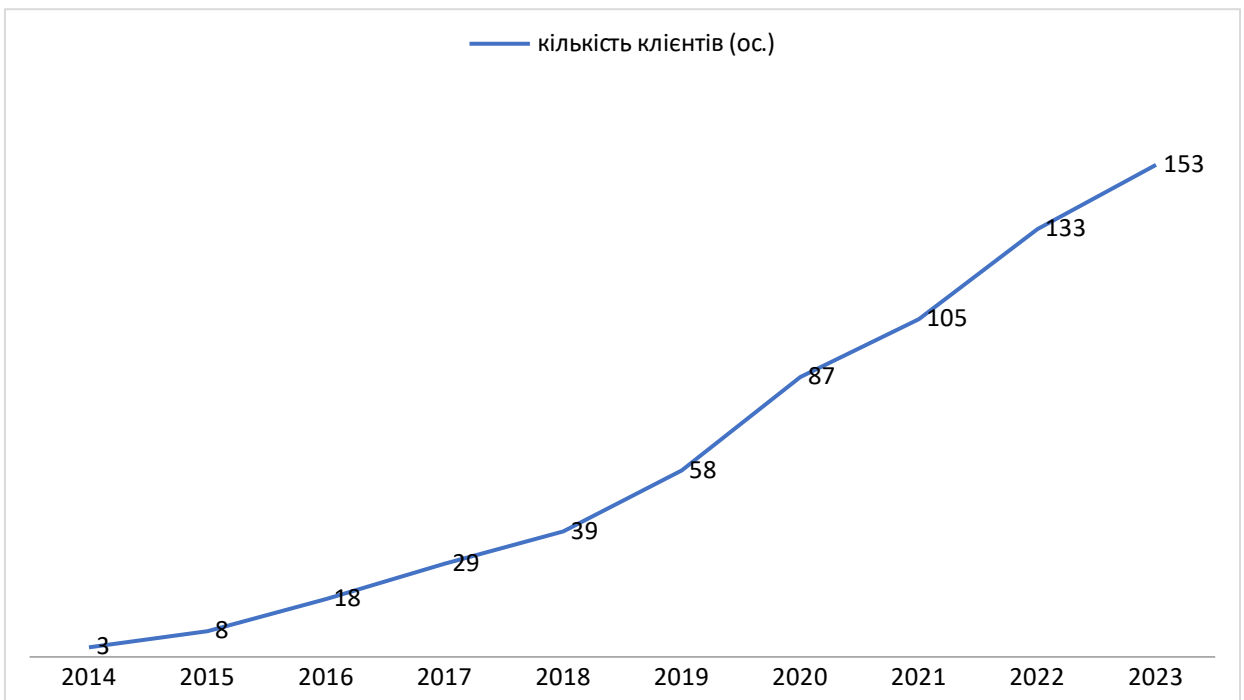
Постійний аналіз та оцінка ефективності маркетингових стратегій є фундаментальним аспектом у діяльності ФОП Ковтун Надії Олександрівни, що спеціалізується на вантажних перевезеннях. Застосування кількісних показників, таких як конверсійні ставки та вартість залучення клієнта (CAC), забезпечує детальний інсайт щодо економічної ефективності вкладених зусиль. Оцінка конверсійних ставок дозволяє визначати ефективність перетворення потенційних замовників у реальних клієнтів, тим самим забезпечуючи засіб для моніторингу продуктивності рекламних кампаній.

Ретельний аналіз вартості залучення клієнта виявляє оптимальні канали просування з точки зору витрат, дозволяючи оптимізувати бюджет і спрямовувати зусилля у найбільш продуктивні напрямки. Такий підхід сприяє підвищенню віддачі від маркетингових інвестицій і зниженню загальних витрат на залучення нових замовників.

Аналіз Net Promoter Score (NPS), що відображає готовність клієнтів рекомендувати послуги іншим, є важливим індикатором задоволеності та лояльності клієнтів. Зростання цього показника корелює з позитивними змінами у віддачі від маркетингових зусиль, вказуючи на ефективність комунікації та високу якість наданих послуг.

Незважаючи на використання кількісних показників для моніторингу ефективності маркетингових кампаній, підприємство приділяє особливу увагу індивідуальному підходу до збору зворотного зв'язку від своїх клієнтів. Така стратегія дозволяє отримувати розуміння потреб та вимог клієнтів, а також швидко реагувати на будь-які зміни у їхніх очікуваннях. Результатом застосування такого підходу є не лише забезпечення високого рівня задоволеності клієнтів, але й постійне вдосконалення якості послуг та оптимізація внутрішніх процесів.

Таким чином, комплексний підхід до моніторингу та аналізу ефективності маркетингових зусиль, що поєднує як кількісні показники, так і індивідуальний зворотний зв'язок від клієнтів, забезпечує стратегічні переваги у висококонкурентному сегменті вантажних перевезень. Результати застосування індивідуального підходу можна побачити в стрімкому збільшенні клієнтів (таблиця 2.4, графік 2.2).



Графік 2.2. Кількість клієнтів ФОП Ковтун Н.О. з 2014 по 2023рр.

Таблиця 2.4.

Кількість клієнтів ФОП Ковтун Н.О. з 2014 по 2023рр.

Рік	Кількість клієнтів
2014	3
2015	8
2016	18
2017	29
2018	39
2019	58
2020	87
2021	105
2022	133
2023	153

5. Особливості маркетингу в транспортній галузі

Маркетинг в транспортному секторі відзначається унікальними викликами, серед яких виділяються висока конкурентність та специфіка надання послуг. В контексті діяльності ФОП Ковтун Надії Олександрівни,

зосередженої на вантажних перевезеннях, ці виклики адресуються через диференціацію послуг, що базується на надійності, безпеці перевезень та гнучкості обслуговування. Такий підхід сприяє не тільки зміцненню лояльності існуючих клієнтів, але й стимулює стабільний розвиток бізнесу в умовах інтенсивної конкуренції.

Маркетинг у сфері вантажних перевезень вимагає розуміння специфіки послуг та потреб ринку. Відмінністю від традиційного товарного маркетингу є безпосередній зв'язок між якістю послуг, задоволеністю клієнтів та успіхом на ринку. Основні аспекти маркетингової стратегії включають:

- Ринкова частка та зростання: ФОП демонструє стабільне збільшення ринкової частки, що підкріплюється постійним розширенням клієнтської бази з 3 у 2014 році до 153 у 2023 році. Така динаміка зростання свідчить про ефективність маркетингових зусиль та стратегію розвитку.

- Вартість залучення клієнта (CAC): Незважаючи на те, що підприємство може не використовувати прямий розрахунок CAC, акцент на високій якості обслуговування та задоволенні клієнтів сприяє оптимізації маркетингових витрат і зменшенню загальних витрат на залучення нових замовників.

- Середній дохід на користувача (ARPU): Зростання виручки свідчить про підвищення ARPU, що може вказувати на успішну оптимізацію послуг та впровадження додаткових опцій для клієнтів. Зростання виручки з 2439092 грн. у 2019 році до 17971359,57 грн. у 2023 році свідчить про збільшення ARPU, що може бути результатом оптимізації послуг та впровадження додаткових опцій для клієнтів.

- Індекс задоволеності клієнтів (CSI) та Net Promoter Score (NPS): ФОП використовує неформалізовані методи вимірювання задоволеності, що включають пряме спілкування з клієнтами та збір зворотного зв'язку, що дозволяє підтримувати високий рівень лояльності та задоволеності.

- Відсоток повторних замовлень: Збільшення повторних замовлень підтверджує ефективність надання послуг та високу клієнтську лояльність, що є важливим фактором стабільності та розвитку бізнесу.

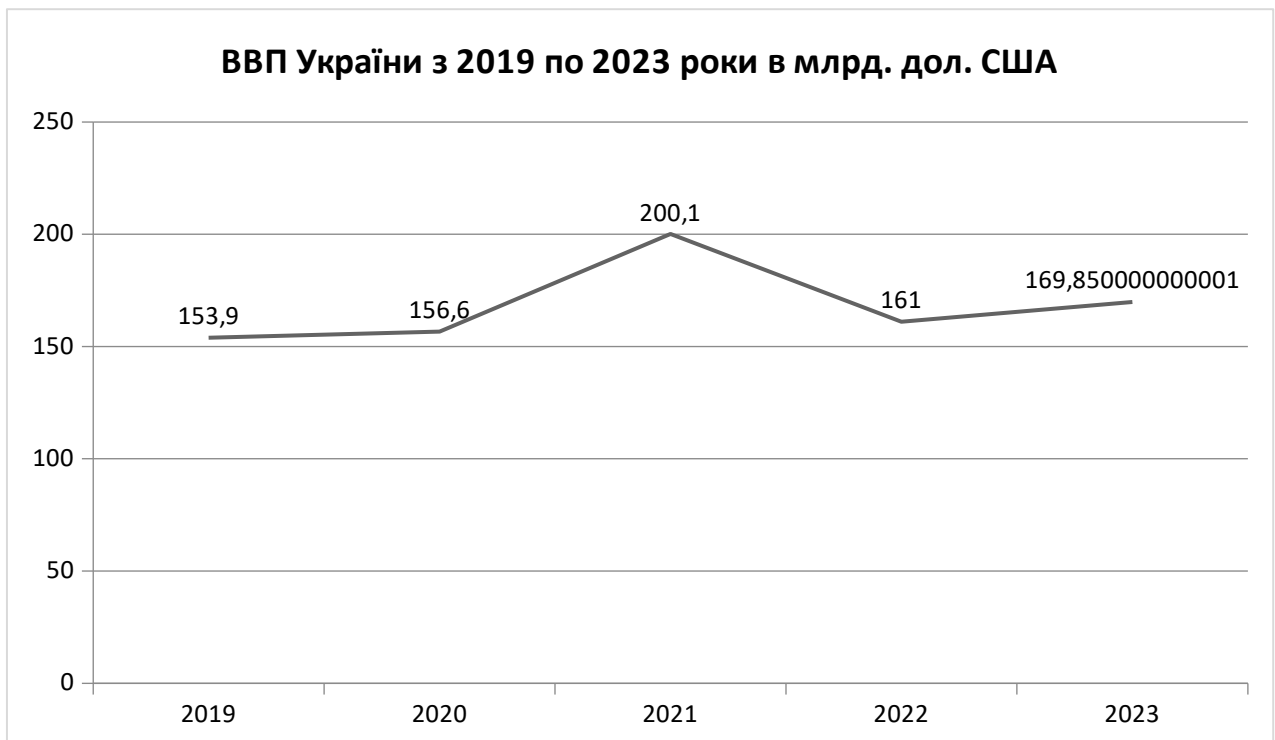
В сукупності, маркетингова стратегія підприємства базується на індивідуальному підході до кожного клієнта, неперервному покращенні якості обслуговування та використанні інноваційних рішень, що дозволяє не лише втримувати існуючих клієнтів, але й залучати нових, забезпечуючи стійке зростання в умовах високої конкуренції в транспортній галузі.

2.3. Маркетинговий аналіз макросередовища підприємства

Маркетинговий аналіз макросередовища підприємства ФОП Ковтун Надії Олександрівни, що займається вантажними перевезеннями, є ключовим компонентом стратегічного планування. Макросередовище включає широкий спектр зовнішніх факторів, які можуть впливати на діяльність підприємства, включаючи економічні, політичні, соціальні, технологічні, екологічні та правові аспекти.

Економічні умови, такі як зростання ВВП, рівень інфляції, курси валют, та рівень безробіття, впливають на попит на вантажні перевезення. Зміни у вартості палива та дорожніх зборів також мають безпосередній вплив на вартість послуг. Важливо враховувати ці фактори при формуванні цінової політики та плануванні бюджету.

1. Зростання ВВП: Загальне економічне зростання країни зазвичай веде до збільшення обсягів вантажоперевезень, оскільки підвищується попит на товари та послуги, що потребує їх доставки (графік 2.3.).



Графік 2.3. ВВП України з 2019 по 2023 роки в млрд. дол. США.

У 2019 році ВВП склав 153,9 млрд. дол. США. Порівняно з попереднім роком (2018), це збільшення на 3.7%. Обсяг ВВП у 2020 році становив 156,6 млрд. дол. США, що відповідає зростанню на 1.75% порівняно з 2019 роком. Цей показник вказує на помірне зростання економіки.

У 2021 році ВВП значно зросла, до 200,1 млрд. дол. США, що становить збільшення на 27.75% порівняно з 2020 роком. Цей значний ріст відображає відновлення економіки після пандемії COVID-19.

У 2022 році ВВП скоротився до 161 млрд. дол. США, що на 28.8% менше, ніж у 2021 році. Це спад відбувся через військовий конфлікт та геополітичні турбулентності.

У 2023 році спостерігається відновлення економіки, і ВВП зріс до 169,85 млрд. дол. США, що становить збільшення на 5.49% порівняно з 2022 роком.

Цей динамічний розвиток економіки має прямий вплив на галузь вантажоперевезень, де військові дії призвели до зниження попиту та обсягів перевезень у 2022 році через руйнування інфраструктури та збої в логістиці. Водночас, економічне відновлення в 2023 році вказує на потенційне поступове

підвищення обсягів вантажоперевезень завдяки стабілізації умов та адаптації до нових ринкових умов.

2. Рівень інфляції: Інфляція може підвищити вартість послуг вантажоперевезень через зростання цін на паливо, запчастини та інші витратні матеріали, що, у свою чергу, змушує підприємства переглядати свою цінову політику (графік 2.4.).



Графік 2.3. Загальний рівень інфляції в Україні з 2003 по 2023 роки.

Впродовж останніх кількох років, починаючи з 2019, інфляція в Україні проявляла тенденцію до зростання, відображаючи ряд економічних викликів та зовнішніх шоків, що вплинули на національну економіку.

2019 рік був відносно стабільним з точки зору інфляції, яка склала 4,1%. Попри те, що країна продовжувала відновлюватися після ряду економічних та політичних криз, в цей рік не спостерігалось значних економічних потрясінь.

2020 рік ознаменувався початком глобальної пандемії COVID-19, яка викликала економічні збурення у всьому світі, включаючи Україну. Локдауни та інші обмежувальні заходи, запроваджені для боротьби з поширенням вірусу, серйозно вплинули на економіку, зокрема на сектор вантажних перевезень. Зростання інфляції до 5% відображало зниження економічної активності та

перебої в ланцюжках постачання, що безпосередньо вплинуло на вартість і доступність товарів.

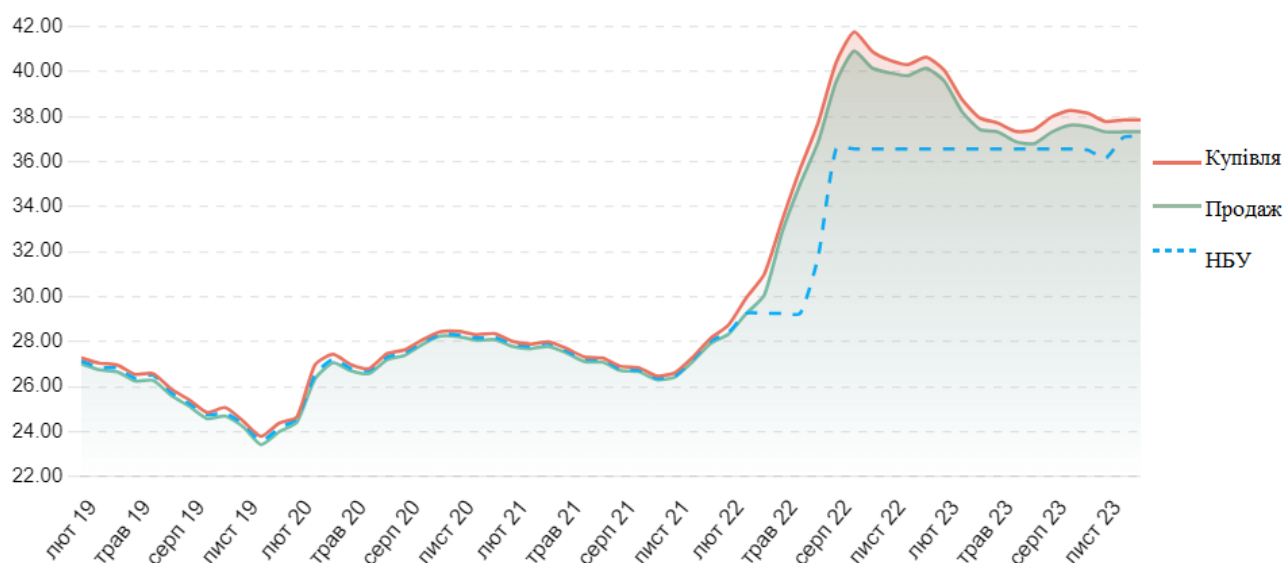
2021 рік показав збільшення інфляції до 10%, що може бути індикатором початку економічного відновлення після найгірших моментів пандемії. Водночас, сектор вантажних перевезень почав відновлювати свою активність, пристосовуючись до нових умов роботи та підвищення попиту на транспортування товарів.

2022 рік продемонстрував різке зростання інфляції до 26,6%. Це могло бути викликано загостренням політичної ситуації, ескалацією військових дій, підвищенням цін на сировину та енергоресурси на світових ринках. Для вантажних перевезень це означало збільшення вартості палива та експлуатаційних витрат, що могло призвести до підвищення вартості послуг та зменшення маржинальності в цій галузі.

2023 рік супроводжується рівнем інфляції на рівні 30%, що вказує на продовження негативного економічного тренду. Такий прогноз може бути пов'язаний з триваючими воєнними діями на території України, що негативно позначаються на всіх секторах економіки, у тому числі на логістиці та вантажних перевезеннях. Ці події можуть спричинити зростання витрат на паливо, непередбачуваність доставки, збільшення страхових тарифів та зниження попиту на деякі товари через падіння купівельної спроможності населення.

3. Курси валют: Коливання валютних курсів впливають на вартість імпортованих товарів, включаючи паливо та автомобілі, що також може призводити до коригування цін на перевезення (графік 2.5.).

Динаміка середнього курсу валют в банках з 2019 по 2023 роки (долар США до гривні)



Графік 2.5. Динаміка середнього курсу валют в банках з 2019 по 2023 роки (долар США до гривні).

Курс валют має прямий вплив на економіку країни, особливо у секторі вантажних перевезень, де більшість оперативних витрат формується вартістю імпортованих товарів. В контексті України, де багато компаній залежать від імпортного пального, запасних частин та вантажних автомобілів, зміни в курсі гривні до іноземних валют мають суттєвий вплив на вартість цих товарів.

У липні 2022 року, коли Національний банк України дозволив курсу гривні вільно коливатися, це призвело до різкого зростання вартості долара США, з 29,5 грн. до 36,6 грн.. Ця девальвація національної валюти відчутно підвищила витрати на імпортовані товари. Оскільки вартість пального та автомобільних деталей прямо пропорційна курсу валют, вантажоперевізники зіткнулися з підвищенням цін на ці ключові входи. Це не тільки збільшило їхні витрати на ведення діяльності, але й призвело до зростання тарифів на вантажні перевезення.

Зростання витрат на пальне, яке є одним з основних елементів собівартості для компаній, що займаються транспортуванням товарів, неминуче веде до збільшення вартості наданих перевезень. Схожим чином, зростання цін

на запасні частини підвищує витрати на обслуговування та ремонт автопарку, що також вимагає від компаній переглядати свої цінові політики.

Такі макроекономічні зміни вимагають від вантажоперевізників швидкої адаптації та пошуку шляхів оптимізації операційних процесів, щоб підтримувати конкурентоспроможність та прибутковість у складних економічних умовах.

4. Рівень безробіття: Високий рівень безробіття може знизити попит на деякі види товарів, а отже, і на їх перевезення. Однак, з іншого боку, це може знизити вартість праці для транспортних компаній (таблиця 2.5.).

Таблиця 2.5.

Кількість зареєстрованих безробітних в Україні з 2019 по 2023 роки (в тис. ос.).

Рік	Зареєстрованих безробітних, тис. ос.	Всього населення, тис. ос.
2019	338,2	41922,7
2020	459,2	41629,9
2021	295,0	41208,1
2022	186,5	41167,3
2023	96,1	-

За даними таблиці, рівень зареєстрованого безробіття в Україні змінювався з 2019 по 2022 рік, відзначаючись тенденцією до зниження. У 2019 році кількість зареєстрованих безробітних склала 338,2 тисячі осіб при загальному населенні в 41922,7 тисячі. Протягом наступного року, у 2020, який був ознаменований початком пандемії COVID-19, рівень безробіття зріс до 459,2 тисячі осіб, що відбилося на економіці та може бути пов'язано з локдаунами та зниженням економічної активності. У 2021 році спостерігалось зниження кількості зареєстрованих безробітних до 295,0 тисячі, а у 2022 році - до 186,5 тисячі.

Високий рівень безробіття зазвичай призводить до зниження попиту на товари широкого вжитку, що, відповідно, зменшує потребу в їх перевезеннях. З іншого боку, це може спричинити зниження вартості праці через збільшення пропозиції на ринку праці, що потенційно може зменшити операційні витрати для транспортних компаній. Зокрема, у періоди високого безробіття, компанії можуть мати доступ до більшого пулу кваліфікованих працівників за нижчою заробітною платою, що може позитивно вплинути на їхню прибутковість.

Що стосується даних за 2023 рік, то кількість зареєстрованих безробітних склала 96,1 тисяч осіб. Однак, оскільки багато громадян покинули Україну через триваючу військову агресію, реальна кількість безробітних може бути значно більшою. Водночас, ця статистика не враховує осіб, які беруть участь у військових діях, зайняті волонтерською діяльністю, працюють на благо суспільства та не зареєстровані як безробітні. Такі особи сприяють підтримці соціальної та економічної стабільності в країні, але їхня діяльність не відображається в офіційних показниках рівня безробіття.

Таким чином, вантажні перевезення впродовж 2019-2023 років відчували наслідки змін на ринку праці, що зумовили зміни у попиті на логістичні послуги та витрати на працю. Зменшення рівня безробіття у 2022 році та невизначеність даних за 2023 рік через військову агресію створюють додаткові виклики для стратегічного планування та управління ресурсами в секторі вантажних перевезень.

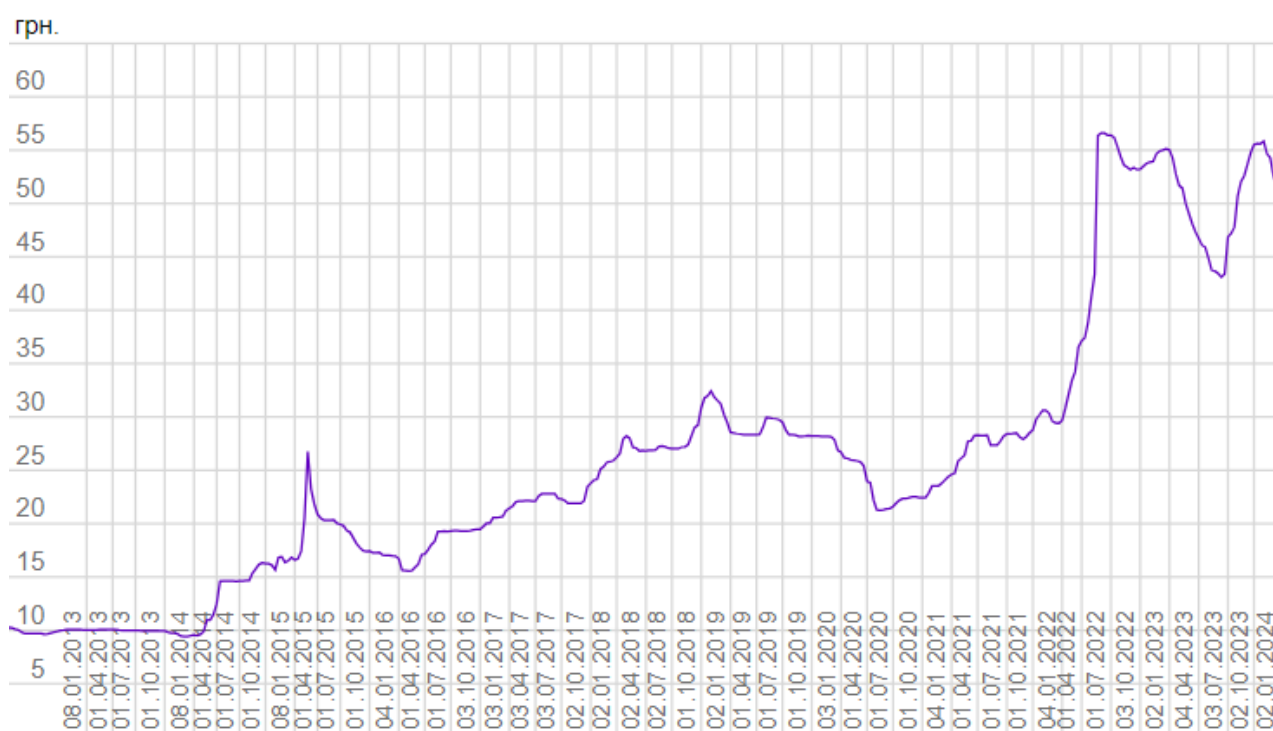
Діяльність ФОП Ковтун Н.О., відчула наслідки економічних змін, викликаних коливаннями рівня безробіття в Україні. Зі зменшенням безробіття у 2021 та 2022 роках, зокрема, компанія могла зіткнутися з необхідністю залучення нових працівників, що могло призвести до зростання заробітних плат та покращення умов праці для забезпечення конкурентоспроможності та збереження кваліфікованого персоналу.

5. Вартість палива та дорожні збори: Безпосередньо впливають на оперативні витрати підприємств, зайнятих у галузі вантажоперевезень.

Зростання цін на паливо або збільшення дорожніх зборів неминуче призводить до зростання вартості послуг.

Вартість палива є одним з основних факторів, що формують собівартість послуг у сфері вантажоперевезень. Підприємства, такі як ФОП Ковтун Н.О., які спеціалізуються на цьому виді бізнесу, суттєво залежать від цін на дизельне паливо, оскільки воно є необхідним ресурсом для їхньої щоденної операційної діяльності. Коли у липні 2022 року ціна на дизельне паливо зросла з 37,13 грн. за літр до 56,38 грн. за літр, це стало значним ударом по операційним бюджетам компанії.

Ціни на дизельне паливо в Україні з 2013 по 2023 роки (грн. за літр.)



Графік 2.5. Ціни на дизельне паливо в Україні з 2013 по 2023 роки (грн. за літр).

Це зростання цін було частково викликано рішенням Національного банку України дозволити курсу гривні коливатися вільно на валютному ринку. Ця лібералізація курсу призвела до девальвації національної валюти, що, у свою чергу, підняло ціни на імпортовані товари, включаючи паливо.

Для ФОП Ковтун Н.О., як і для багатьох інших перевізників, таке підвищення вартості ключового витратного матеріалу означало необхідність перегляду цінової політики, щоб компенсувати зростання витрат. Це, в свою чергу, могло призвести до збільшення тарифів на перевезення для клієнтів, що могло б вплинути на обсяг замовлень, особливо у випадках, коли клієнти чутливі до змін в цінах.

Збільшення дорожніх зборів також негативно впливає на вартість послуг вантажоперевезень. Якщо уряд вводить або збільшує дорожні збори, це невідворотно збільшує витрати перевізників, що також має бути відображено у цінах на їхні послуги.

Все це ставить перед ФОП Ковтун Н.О. виклик зберегти конкурентоздатність, з одного боку, та необхідність підтримувати економічну життєздатність свого бізнесу, з іншого. Відповідь на такі виклики може включати оптимізацію маршрутів, вдосконалення логістичних процесів та пошук можливостей для зниження інших витрат.

Державна політика у сфері транспорту, законодавчі норми щодо вантажоперевезень, митні регуляції при міжнародних перевезеннях, та стабільність уряду мають значний вплив на діяльність. Політична ситуація в країні та зовнішньополітичні відносини можуть впливати на міжнародні логістичні маршрути.

Державна політика та законодавчі норми у сфері транспорту відіграють ключову роль у регулюванні вантажоперевезень, як на національному, так і на міжнародному рівнях. ФОП Ковтун Н.О., як суб'єкт господарювання у цій сфері, безпосередньо залежить від цих регулятивних умов. Зокрема, митні регуляції при міжнародних перевезеннях, законодавчі норми щодо вантажоперевезень, а також стабільність уряду безпосередньо впливають на можливості та вартість надання послуг компанією.

Приклади важливих законів для сфери вантажоперевезень в Україні включають:

Закон України "Про автомобільний транспорт" – цей закон регулює відносини у сфері надання послуг автомобільним транспортом, встановлюючи правила діяльності для перевізників, вимоги до безпеки руху, а також права та обов'язки перевізників та пасажирів. Зміни до цього закону можуть вплинути на операційні витрати, умови перевезення та стандарти обслуговування.

Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" – визначає правові основи зовнішньоекономічної діяльності, у тому числі імпорту та експорту товарів. Для ФОП Ковтун Н.О., який займається міжнародними перевезеннями, зміни в митних регуляціях або процедурах, встановлених цим законом, можуть мати важливе значення, впливаючи на тривалість та вартість митного оформлення.

Закон України "Про дорожній рух" – регулює питання безпеки та організації дорожнього руху на території України. Для перевізників важливі норми цього закону, які стосуються перевезення вантажів, обмеження руху великогабаритних та важковагових транспортних засобів на дорогах загального користування.

Політична стабільність в країні та зовнішньополітичні відносини можуть істотно впливати на міжнародні логістичні маршрути. Нестабільність або напруженість у відносинах з країнами, через які проходять маршрути ФОП Ковтун Н. О., може призвести до змін у маршрутизації, затримок в доставках або збільшення витрат на логістику через необхідність обходу територій з підвищеним ризиком або застосування альтернативних, менш ефективних шляхів.

Зокрема, вплив політичної ситуації в Україні та зовнішніх відносин на діяльність ФОП Ковтун Н.О. може виявлятися в наступному:

Вплив на доступність міжнародних логістичних маршрутів. Напруженість у відносинах з сусідніми країнами може обмежити або закрити доступ до звичних міжнародних транспортних коридорів, вимагаючи від ФОП Ковтун Н.О. шукати альтернативні шляхи для доставки товарів, що може призвести до збільшення витрат і тривалості перевезень.

Зміна в митних процедурах. Зміни в митній політиці, введення нових тарифів або обмежень можуть вплинути на вартість та швидкість міжнародних перевезень, зокрема вимагаючи додаткових витрат на митне оформлення або адаптацію до нових правил.

Вплив на вартість праці та доступність робочої сили. Політична стабільність впливає на економічну ситуацію в країні загалом, а отже, і на ринок праці. Стабільні умови сприяють зростанню економіки та підвищенню заробітної плати, тоді як кризові явища можуть призвести до збільшення безробіття та зменшення вартості праці, що впливає на можливості компанії залучати і утримувати кваліфікованих співробітників.

Таким чином, для ФОП Ковтун Н.О. важливо враховувати ці аспекти при плануванні своєї діяльності, адже вони можуть істотно вплинути на ефективність та рентабельність бізнесу в умовах, що швидко змінюються. Вміння адаптуватися до нових умов, гнучко реагувати на зміни в законодавстві та зовнішньополітичній ситуації, а також ефективно керувати витратами є ключовими факторами успіху в сфері міжнародних вантажоперевезень.

Соціальні тенденції, такі як зміни у споживчих уподобаннях, екологічна свідомість, та демографічні зміни, впливають на попит на певні види перевезень. Зростаючий інтерес до відповідального споживання та впливу на довкілля може спонукати до розробки "зелених" логістичних рішень.

Соціальні тенденції відіграють важливу роль у формуванні попиту на логістичні послуги, включаючи вантажоперевезення. Зміни у споживчих уподобаннях, зростання екологічної свідомості, а також демографічні зміни мають значний вплив на ринок вантажних перевезень. Споживачі стають все більш вимогливими до якості та умов доставки товарів, а також до їхнього впливу на довкілля.

Одним з проявів цих тенденцій є зростаючий інтерес до екологічної стійкості та відповідального споживання. Люди все більше замислюються над тим, як їхні споживчі звички впливають на навколишнє середовище, що стимулює попит на "зелені" продукти та послуги. Це в свою чергу підштовхує

компанії, що займаються вантажоперевезеннями, до розробки та впровадження екологічно стійких логістичних рішень. Використання транспортних засобів на альтернативних видах палива, оптимізація логістичних маршрутів для зниження викидів CO₂, а також впровадження системи зворотної логістики для повторного використання упаковки.

Демографічні зміни, такі як старіння населення в деяких регіонах або збільшення кількості молодих споживачів у інших, також впливають на попит на певні види перевезень. Зростаюча частка літнього населення може збільшити потребу в доставці товарів догляду та медичних препаратів, в той час як молоді споживачі можуть стимулювати попит на швидку доставку товарів з інтернет-магазинів.

Все це створює нові можливості та виклики для логістичного сектору та вимагає від компаній, таких як ФОП Ковтун Н.О., бути гнучкими, інноваційними та відповідальними у своїй діяльності. Адаптація до соціальних тенденцій, інвестиції в "зелені" технології та розробка нових логістичних продуктів, які відповідають змінюваним вимогам споживачів, може допомогти компаніям зайняти міцні позиції на ринку та забезпечити їх стале зростання.

З метою відповіді на зростаючі очікування споживачів щодо екологічної стійкості, ФОП Ковтун Н.О. може інтегрувати в свою діяльність такі практики, як використання вантажівок, які викидають менше шкідливих речовин, або оптимізація логістичних маршрутів для мінімізації кілометражу та відповідно, зниження викидів CO₂. Також можливим кроком є залучення до використання вторинної упаковки або розробка програми лояльності для клієнтів, які віддають перевагу екологічним способам доставки.

Водночас, на діяльність ФОП Ковтун Н.О. можуть вплинути демографічні тенденції. Старіння населення може збільшити потребу в доставці лікарських засобів, медичного обладнання та інших товарів, необхідних для забезпечення комфорту літніх людей. З іншого боку, зростання чисельності молоді та активної частини населення може сприяти збільшенню попиту на швидку

доставку, електроніку, спортивне обладнання та інші товари, пов'язані з активним способом життя.

Для відповіді на ці зміни та виклики, ФОП Ковтун Н.О. потрібно не лише враховувати поточні тенденції у світі логістики та споживчих уподобань, але й антиципувати майбутні зміни, активно впроваджуючи інновації та підтримуючи сталий розвиток у всіх аспектах своєї діяльності. Це дозволить компанії не лише залишатися конкурентоспроможною на ринку, але й сприятиме створенню позитивного іміджу серед споживачів, які все більше цінують відповідальне ставлення до довкілля та соціальну відповідальність бізнесу.

В рамках адаптації до зростаючої екологічної свідомості та вимог споживачів до сталого розвитку, ФОП Ковтун Н.О. вживає конкретних заходів для підвищення екологічної ефективності свого автопарку. Зокрема, у додатку 2 зазначено, що всі транспортні засоби, які використовуються компанією для вантажоперевезень, відповідають стандартам викидів Euro 5 та Euro 6. Ці стандарти є важливими показниками екологічної безпеки та ефективності, оскільки вони вимагають значного зниження викидів шкідливих речовин, зокрема оксидів азоту та твердих частинок.

Дотримання стандартів Euro 5 та Euro 6 не лише демонструє відповідальне ставлення ФОП Ковтун Н.О. до охорони довкілля, але й слугує значним конкурентним перевагою на ринку логістичних послуг. Використання таких екологічно чистих транспортних засобів може збільшувати заохочення клієнтів обирати послуги саме цієї компанії, порівняно з іншими організаціями, які вдаються до економії на транспорті, ігноруючи екологічні стандарти.

У світлі глобальних змін клімату та загального зростання екологічної свідомості споживачів, бізнеси, які активно впроваджують "зелені" технології та практики, виграють в довгостроковій перспективі. Клієнти все більше цінують компанії, що вносять свій вклад у сталий розвиток і зменшення негативного впливу на довкілля, що робить екологічні ініціативи не лише моральним обов'язком, але й ефективною стратегією розвитку бізнесу.

Технологічний прогрес, зокрема розвиток цифрових технологій, автоматизація та впровадження інновацій у логістику, відкриває нові можливості для оптимізації процесів та зниження витрат. Електронна документація, GPS-моніторинг та інші сучасні технології значно покращують якість та ефективність послуг.

Технологічний прогрес та розвиток цифрових технологій відіграють ключову роль у сучасному світі логістики, пропонуючи компаніям, таким як ФОП Ковтун Н.О., широкий спектр інструментів для оптимізації логістичних процесів та зниження витрат. Застосування таких інноваційних рішень як електронна документація, GPS-моніторинг, автоматизація управління флотом і інтегровані системи управління логістикою, змінює підходи до надання логістичних послуг, роблячи їх більш ефективними, прозорими та економічно вигідними.

Зокрема, ФОП Ковтун Н.О. активно використовує системи GPS-моніторингу, що дозволяє не лише встановлювати найоптимальніші маршрути для здійснення перевезень з метою економії палива та часу, але й забезпечує можливість реального часу відстеження місцезнаходження вантажу. Це збільшує довіру клієнтів, оскільки вони можуть отримувати актуальну інформацію про статус своїх замовлень в будь-який момент.

У сфері документообігу ФОП Ковтун Н.О. застосовує програмне забезпечення МЕДОК, що спрощує та автоматизує обробку документів. Використання МЕДОК дозволяє значно скоротити час, необхідний для підписання документів та надання необхідної документації контрагентам. Автоматизація процесів документообігу не тільки підвищує ефективність внутрішніх процесів компанії, але й забезпечує додаткову зручність для клієнтів та партнерів, зменшуючи часові витрати та паперове навантаження.

Використання цих технологій відображає стратегію ФОП Ковтун Н.О. щодо інтеграції сучасних цифрових рішень у логістичну діяльність. Це не тільки сприяє покращенню якості послуг та зниженню витрат, але й демонструє

готовність компанії до постійних інновацій та підвищення рівня обслуговування клієнтів.

Екологічні норми та стандарти, а також суспільна увага до проблем зміни клімату та забруднення навколишнього середовища, вимагають від підприємств перегляду практик управління та впровадження екологічно чистих технологій.

Законодавче регулювання у сфері безпеки дорожнього руху, стандарти якості послуг, правила перевезення небезпечних вантажів, та охорони праці є обов'язковими до дотримання. Важливо слідкувати за змінами в законодавстві, щоб уникнути штрафів та забезпечити безпеку перевезень.

Розуміння цих аспектів макросередовища дозволяє Ковтун Надії Олександрівні ефективно адаптуватися до зовнішніх умов, мінімізувати ризики та використовувати нові можливості для розвитку свого бізнесу.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ПО ПОКРАЩЕННЮ, МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНОЇ КОМПАНІЇ ФОП КОВТУН Н.О. З ЦІЛЛЮ АКТИВІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

3.1. Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності

У процесі розвитку та оптимізації маркетингової стратегії компанії ФОП Ковтун Н.О., важливо розглянути ряд ключових аспектів, які можуть значно покращити її ринкову діяльність та забезпечити стале зростання. На основі аналізу існуючої маркетингової практики, пропонуються наступні шляхи вдосконалення:

1. Дослідження сприйняття інвесторів та інших зацікавлених сторін.

Для ефективного управління маркетинговою діяльністю необхідно враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін, включаючи інвесторів, партнерів, клієнтів, та інших стейкхолдерів. Розуміння їх очікувань та потреб є критично важливим для формування ефективних маркетингових стратегій. В цьому контексті, ключовими аспектами дослідження сприйняття зацікавлених сторін є:

1) Збір і аналіз відгуків інвесторів, партнерів та інших стейкхолдерів щодо маркетингових ініціатив:

Організація зустрічей та опитувань: Регулярне проведення зустрічей і опитувань серед інвесторів та партнерів для збору відгуків про ефективність поточних маркетингових кампаній і стратегій.

Використання цифрових інструментів для збору даних: Застосування онлайн платформ для анкетування та збору даних, що дозволяє швидко і ефективно аналізувати великі обсяги інформації.

Аналітичні інструменти для оцінки відгуків: Використання програмного забезпечення для аналізу зібраних даних, щоб виявити тенденції, переваги та недоліки існуючих маркетингових підходів.

2) Регулярне оновлення стратегічних планів на основі зібраної інформації:

Стратегічний аудит та оцінка: Проведення регулярних стратегічних аудитів для оцінки відповідності поточних маркетингових стратегій цілям компанії та ринковим умовам.

Гнучкість стратегічного планування: Забезпечення гнучкості у стратегічному плануванні, щоб швидко адаптувати маркетингові стратегії відповідно до змін у перевагах споживачів та ринкових умовах.

Інтеграція зворотного зв'язку у стратегічні ініціативи: Включення результатів аналізу відгуків у розробку нових маркетингових стратегій, щоб забезпечити вищу релевантність та ефективність виконання.

Для розуміння сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз для ФОП Ковтун О.Н., було проведено SWOT-аналіз, результати якого представлені в Таблиці 3.1

Таблиця 3.1.

SWOT-аналізу для стратегічного планування ФОП Ковтун Н.О.

Категорія	Параметри
Сильні сторони	Добре встановлені логістичні канали; Високий рівень лояльності клієнтів; Наявність досвідченого керівництва.
Слабкі сторони	Обмежений бюджет на маркетинг; Низький рівень автоматизації процесів; Залежність від регіональних постачальників.
Можливості	Розширення ринкових можливостей через онлайн торгівлю; Розвиток партнерських програм з іншими компаніями; Зростання попиту на еко-доставку.
Загрози	Зростання цін на паливо; Підвищення конкуренції; Зміни в законодавстві, що впливають на логістичні компанії.

Цей процес допомагає не лише у виявленні слабких сторін поточних маркетингових підходів, але й сприяє виробленню ідей для інновацій, що

можуть зміцнити ринкову позицію компанії. В результаті, компанія здатна краще реагувати на ринкові зміни, підвищити задоволеність зацікавлених сторін, та забезпечити стійке зростання.

2. Оцінювання конкурентних переваг проектів.

Оцінювання конкурентних переваг маркетингових проектів ФОП Ковтун Н.О. включає систематичний аналіз сильних сторін, які ці ініціативи можуть надати компанії. Цей процес спрямований на визначення та використання унікальних можливостей підприємства для підвищення його конкурентоспроможності та ефективності на ринку.

1) Глибокий аналіз проектів.

- Аналіз ринкових тенденцій: Вивчення останніх змін на ринку та прогнозування майбутніх трендів дозволяє ідентифікувати маркетингові ініціативи, які можуть відповідати цим тенденціям.

- Оцінка внутрішніх ресурсів: Розгляд ресурсів, якими володіє компанія, включно з навичками працівників, технологіями та фінансами, для визначення можливостей їхнього використання у маркетингових проектах.

2) Приоритизація маркетингових ініціатив.

- Використання SWOT-аналізу: Визначення сильних і слабких сторін компанії, а також зовнішніх можливостей та загроз для кожного проекту.

- Фокусування на ключових проектах: Вибір тих маркетингових ініціатив, які найбільш ефективно використовують унікальні ресурси та компетенції компанії, та які можуть забезпечити максимальний вплив на розвиток бізнесу.

3) Візуалізація результатів

- Таблиця конкурентних переваг: Структуроване представлення кожного проекту з вказівкою його ключових переваг, потенційного ROI та можливих ризиків.

- Діаграми та графіки: Використання візуальних інструментів для порівняння ефективності різних маркетингових ініціатив та їх впливу на загальну стратегію компанії.

На основі оцінки конкурентних переваг, ФОП Ковтун Н.О. може скорегувати свою маркетингову стратегію, оптимізувати витрати та зосередитися на найбільш прибуткових і стратегічно важливих проектах, що сприятиме зростанню бізнесу та підвищенню його стійкості на ринку.

Таблиця 3.2.

Конкурентні переваги для ФОП Ковтун О.Н.

Проект	Конкурентна Перевага	Очікуваний ROI	Потенційні Ризики
SEO Оптимізація	Підвищення видимості в пошукових системах	Середній	Залежність від алгоритмів пошукових систем
Електронна комерція	Прямий продаж товарів через інтернет	Високий	Логістичні виклики, зміни в законодавстві
Соціальні медіа	Залучення та взаємодія з клієнтами через соцмережі	Низький	Зміни алгоритмів соцмереж, негативні відгуки
Екологічна ініціатива	Покращення іміджу бренду через екологічні проекти	Варіабельний	Високі витрати, недостатнє сприйняття ринком

Таблиця 3.2. конкурентних переваг для ФОП Ковтун Н.О., описує різні маркетингові проекти та їх ключові переваги, очікуване повернення інвестицій (ROI) та потенційні ризики.

3. Оптимізація продуктивності:

Оптимізація продуктивності маркетингової діяльності ФОП Ковтун Н.О. вимагає комплексного підходу, що включає аналіз поточних результатів, інтеграцію новітніх технологій, раціональний розподіл ресурсів та розвиток навичок персоналу. Ці заходи спрямовані на забезпечення більшої ефективності

виконання маркетингових кампаній та збільшення загального прибутку компанії.

1) Аналіз поточної продуктивності

Оцінка ефективності існуючих маркетингових ініціатив є першим кроком у процесі оптимізації. Вивчення даних про реакцію споживачів, вартість за клік, конверсійні ставки та інші ключові показники дозволяє ідентифікувати найбільш успішні стратегії та ті, що потребують перегляду. Виявлення "болючих точок" допомагає сконцентруватися на найважливіших аспектах для покращення.

2) Впровадження технологічних інновацій

Технологічні інновації, такі як автоматизація маркетингових процесів та використання Big Data та штучного інтелекту, сприяють підвищенню точності та ефективності маркетингових заходів. Автоматизація дозволяє мінімізувати ручну роботу та помилки, а аналітика великих даних допомагає адаптувати кампанії з урахуванням поведінки споживачів і ринкових тенденцій.

3) Оптимізація ресурсного розподілу

Раціональний розподіл бюджету та інших ресурсів між маркетинговими проектами забезпечує максимізацію ROI. Планування витрат виходячи з оцінки ефективності кожної кампанії допомагає визначити, які ініціативи повинні бути фінансово підтримані. Гнучке управління ресурсами дозволяє швидко адаптувати стратегію відповідно до змін у ринкових умовах.

4) Підвищення кваліфікації персоналу

Інвестиції в освіту та тренінги для маркетингової команди є необхідністю в сучасному швидкозмінному маркетинговому ландшафті. Регулярне навчання новітнім тенденціям, інструментам та методикам забезпечує, що команда залишається на передньому краї інновацій, що в свою чергу збільшує загальну продуктивність компанії.

Завдяки цим заходам ФОП Ковтун Н.О. зможе не тільки покращити свої маркетингові показники, але й створити міцну основу для довгострокового успіху в конкурентному бізнес-середовищі.

4. Оцінювання сталості і життєздатності маркетингових стратегій:

Оцінювання сталості та життєздатності маркетингових стратегій є ключовим для забезпечення тривалого успіху підприємства ФОП Ковтун Н.О. Цей процес включає аналіз того, наскільки добре маркетингові стратегії адаптовані до поточних і майбутніх ринкових умов, а також їхню спроможність витримувати потенційні зовнішні зміни.

1) Довгостроковий аналіз зовнішнього середовища

Макроекономічні індикатори: Вивчення економічних тенденцій, таких як ВВП, рівень інфляції, і рівень безробіття, що можуть вплинути на споживацьку поведінку та покупну спроможність.

Технологічні тенденції: Моніторинг новітніх технологічних розвитків, які можуть вплинути на маркетингові методи, використання штучного інтелекту в маркетингових кампаніях.

2) Аналіз гнучкості стратегій

Тестування різних сценаріїв: Використання сценарного аналізу для визначення реакції бізнесу на різні потенційні кризи, такі як економічний спад або політичні зміни.

Моніторинг КРІ: Встановлення та регулярне відстеження ключових показників продуктивності (КРІ), які відображають успіх маркетингових стратегій і їх вплив на загальні бізнес-цілі.

3) Стійкість до зовнішніх шоків

Фінансова буферність: Забезпечення достатнього фінансового резерву для зміцнення стійкості компанії у випадку непередбачених подій.

Розмаїтість маркетингових каналів: Використання різноманітних маркетингових каналів для мінімізації ризику залежності від одного джерела доходу.

4) Прогнозування та адаптація

Періодичне переглядання стратегій: Регулярне оновлення маркетингових стратегій з урахуванням змін у зовнішньому середовищі, забезпечення їх актуальності та релевантності.

Гнучка стратегічна плановість: Впровадження гнучких стратегій, що дозволяють швидко адаптуватися до змін на ринку без значних фінансових або організаційних втрат.

Ці заходи допомагають ФОП Ковтун Н.О. не тільки витримувати поточні ринкові виклики, але й готуватися до майбутніх змін, забезпечуючи тривалу успішність та розвиток бізнесу.

3.2. Економічна оцінка ефективності рекомендацій

Економічна оцінка рекомендацій для підприємства включає ретельний аналіз витрат, вигод, а також впливу на загальну фінансову стійкість підприємства. Для кількісного оцінювання реалізації запропонованих стратегій ми розглянемо початкові інвестиції, річні доходи, а також буде проведено розрахунок чистої приведеної вартості (NPV) і точки окупності.

При запровадженні нових маркетингових стратегій, важливо ретельно проаналізувати пов'язані з цим витрати. Це забезпечує не тільки фінансову стабільність підприємства, але й допомагає у прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень.

До початкових витрат належать кошти, витрачені на придбання нового обладнання, технологій, розробку веб-сайтів та проведення маркетингових досліджень. Ці витрати несуть одноразовий характер, але є значними, оскільки вони формують основу для майбутньої діяльності. Оновлення CRM системи або впровадження нових цифрових інструментів може потребувати значних вкладень, але водночас забезпечує підвищення ефективності роботи з клієнтами.

Операційні витрати включають щомісячні або щорічні виплати, необхідні для підтримки активних маркетингових кампаній, технічного обслуговування, а також адміністративні витрати. Регулярні витрати на контекстну рекламу чи соціальні медіа, що забезпечують високу видимість бренду на ринку.

Ефективне управління витратами вимагає створення чітких бюджетних рамок та систем моніторингу, які дозволяють відстежувати і аналізувати фінансові потоки. Встановлення КРІ та регулярні звіти допомагають управлінській команді оцінювати ефективність вкладених коштів та вносити корективи у стратегії з метою оптимізації результатів.

Такий всебічний аналіз дозволяє не тільки планувати майбутні інвестиції, але й забезпечити їхню максимальну ефективність, що є ключовим у підтримці конкурентоспроможності та досягненні довгострокових бізнес-цілей.

Для оцінки вигод від впровадження нових маркетингових стратегій підприємства, важливо аналізувати як прямі доходи, так і економію витрат. Це дозволяє не тільки побачити зростання доходів від підвищення продажів, але й зменшення витрат через більш ефективне використання ресурсів.

Економія витрат є результатом оптимізації внутрішніх процесів та використання новітніх технологій. Автоматизація маркетингових процесів може зменшити потребу в ручній праці, що знижує витрати на персонал. Також оптимізація ланцюга поставок та використання місцевих постачальників може скоротити витрати на доставку та зберігання.

Сумарний вплив цих змін можна оцінити через загальну вигоду, яка включає як збільшення доходів, так і зниження витрат. Вплив на загальну рентабельність компанії визначається через чистий приріст доходів після врахування всіх витрат.

1. Визначення витрат

Початкові інвестиції: придбання нового обладнання (ноутбуки, настільні комп'ютери, сервери для зберігання даних та веб-хостингу) та технологій (системи автоматизації маркетингових кампаній, інструменти для соціальних медіа маркетингу, аналітичні платформи для вимірювання ефективності рекламних заходів): 100,000 грн., розробка веб-сайтів: 50 000 грн., проведення маркетингових досліджень: 20,000 грн., оновлення CRM системи: 30,000 грн.. Таким чином загальні початкові витрати становлять:

$$100,000+50,000+20,000+30,000=200,000.$$

Операційні витрати (щорічні): контекстна реклама: 40 000 грн., соціальні медіа: 30,000 грн., технічне обслуговування: 20,000 грн., адміністративні витрати: 10,000 грн.

Загальні операційні витрати (щорічні):

$40,000+30,000+20,000+10,000=100,000$ грн.

2. Прогнозовані доходи

Очікуване збільшення продажів за рік: 500,000 грн.

3. Чистий річний дохід

Чистий річний дохід=Щорічний дохід–Щорічні операційні витрати

Чистий річний дохід= $500,000-100,000=400,000$ грн.

4. Розрахунок точки окупності (Payback Period)

Точка окупності=Початкові інвестиції/Чистий річний дохід

Точка окупності= $200,000/400,000=0.5$ року

5. Розрахунок чистої приведеної вартості (NPV)

Чиста приведена вартість розраховується за формулою:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \left(\frac{R_t}{(1+r)^t} \right) - C_0 \text{ де:}$$

- R_t — чистий дохід у році t
- r — ставка дисконту (припустимо, 10%)
- C_0 — початкові інвестиції
- n — кількість років (припустимо, 5 років)

Для спрощення розрахунків використаємо п'ятирічний період:

$$NPV = \sum_{t=1}^5 \left(\frac{400,000}{(1+0,1)^t} \right) - 200,000$$

Результати розрахунків

1. Чиста приведена вартість (NPV): 1,316,314.71 грн.

2. Точка окупності: 0.5 року

Отже, позитивне значення NPV (1,316,314.71 грн.) означає, що впровадження нових маркетингових стратегій протягом 5 років принесе значну чисту приведену вартість, що вказує на вигідність інвестицій з урахуванням

вартості грошей у часі. Точка окупності становить 0.5 року, що означає, що підприємству знадобиться лише півроку, щоб повернути початкові інвестиції за рахунок чистого доходу.

Результати свідчать про високу економічну вигоду від впровадження нових маркетингових стратегій, особливо враховуючи очікуване значне збільшення продажів.

ВИСНОВКИ

Сучасний ринок характеризується високою конкуренцією та швидкими темпами змін, що вимагає від підприємств гнучкості та адаптації своїх стратегій до нових умов. Маркетинг відіграє ключову роль у забезпеченні цих адаптацій та успіху підприємств у глобалізованому світі. Кваліфікаційна робота "Активізація ринкової діяльності підприємства на основі маркетингу" на прикладі ФОП Ковтун Н.О. демонструє, як цілеспрямоване застосування маркетингових стратегій та інновацій може зміцнити позиції підприємства на ринку, збільшити його конкурентоспроможність та забезпечити сталий розвиток.

Дослідження охоплює комплексний аналіз теоретичних аспектів маркетингу та його впливу на ринкову діяльність, а також практичне дослідження маркетингової діяльності транспортної компанії ФОП Ковтун Н.О. Результати дослідження вказують на великий потенціал маркетингових ініціатив у вдосконаленні внутрішніх процесів компанії та її взаємодії з клієнтами та партнерами. Вивчення маркетингової практики підприємства з допомогою таких методів, як SWOT-аналіз, аналіз макросередовища, опитування та моделювання, дало змогу визначити найбільш ефективні напрямки для реалізації стратегічних змін.

Наукове значення роботи полягає у розробці новітніх підходів до маркетингового планування, які спрямовані на підвищення ринкової активності та адаптивності підприємства до змінних умов ринку. Практичне значення роботи виражається у формулюванні та впровадженні ряду рекомендацій, які дозволяють підприємству зміцнити свої ринкові позиції та використати маркетинг як інструмент стратегічного розвитку.

Завдання, виконані в рамках роботи, демонструють, як детальний теоретичний аналіз та розуміння практичної діяльності сприяють формуванню ефективних стратегій, що відповідають сучасним викликам маркетингу. В

результаті, кваліфікаційна робота надає цінні вказівки та методологію для майбутнього розвитку не тільки конкретного підприємства, але й може слугувати основою для подальших досліджень у галузі маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багорка М.О. Формування маркетингової системи збуту продукції аграрного підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2023. № 1. С. 17.
2. Багорка М.О. Формування системи маркетингового управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2023. № 26. С. 34.
3. Бобирь О. І. Тенденції розвитку сучасних концепцій маркетингу. *Економіка і менеджмент 2023: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 6–7 квіт. 2023 р. : у 6 т. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2023. С. 21.
4. Близнюк А.О. Використання маркетингової інформаційної системи в управлінні підприємством. *Економіка. Фінанси. Право*. 2023. № 1. С. 11.
5. Гапонова О.О. Сутність та складові системи маркетингу підприємства. *Прикладна економіка: від теорії до практики*. Матеріали доповідей учасників Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (27-28 березня 2023 р.) / відп. ред. Л. М. Горбач. – Луцьк: Волинський інститут ім. В. Липинського ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2023. С. 54-57.
6. Гудзь Ю.Ф. Етапи формування маркетингової стратегії підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 1. С. 199.
7. Демченко А.І. Використання методичних підходів в оцінці організації управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень*. 2023. С. 48-50.
8. Ланіна М. Цілі, методи та особливості маркетингових досліджень на сучасному етапі. *Збірник наукових праць викладачів, аспірантів, магістрантів і студентів факультету комп'ютерних наук, математики,*

- фізики та економіки* / ПНПУ імені В. Г. Короленка; редкол.: Т. М. Барболіна (голов. ред.) та ін. Полтава : ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2023. С. 181-182.
9. Максим'юк Ю.С. Методичний інструментарій економічної діагностики маркетингової діяльності компанії. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2023. Вип. 51. С. 74-89.
 10. Нічишин В. Застосування інструментів маркетингового аналізу для стимулювання продажів. *Нейромаркетинг, штучний інтелект та цифровий маркетинг: проблеми та перспективи*: збірник тез доповідей Всеукраїнської науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Тернопіль, 26-27 травня 2023 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. С. 147-149.
 11. Панас Ю. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. *Збірник тез доповідей учасників Дев'ятнадцятої науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»*. Частина 2. –К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2023. С. 20.
 12. Румик І. Економічні підходи до функціонування системи маркетингу на промислових підприємствах. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. № 4. С. 14.
 13. Савчук Л.М. Маркетингові інформаційні системи: аналітичний огляд основних моделей розробки. *Економічна кібернетика: інструменти, моделі і методи інтелектуальної підтримки прийняття рішень* : збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, м. Дніпро, 1-2 березня 2023 р. Дніпро : УДУНТ, 2023. С. 193.
 14. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. *Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник*. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

15. Солнцев, С.О., Жигалкевич, Ж.М., Залуцький, Р.О. Тенденції розвитку цифрового маркетингу. Журнал стратегічних економічних досліджень, 2022, № 6(11).
16. Фоміченко, І.П., Шашко, В.О., Ніколаєва, Ю.В., Белікова, О.Ю. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами. Вісник економічної науки України, 2020.
17. Шпак Н.О., Грабович І.В., Срока В. Цифровий та інтернет-маркетинг: співвідношення понять, Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, 2022.
18. Багорка М.О. Концептуальні основи розвитку менеджменту маркетингової діяльності аграрних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2589/2507>
19. Кузьминчук Н.В. Впровадження інтегрованих рішень в управління рекламною кампанією в умовах інформатизації суспільства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/874/838>
20. Як змінювався рівень інфляції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2023/01/23/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-riven-inflyacziyi-ukrayini-ta-yakuj-prohnoz-cej-rik>
21. Закон України Про автомобільний транспорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text>
22. Закон України Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
23. Закон України «Про дорожній рух» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3353-12#Text>

Фізична особа — підприємець
Ковтун Надія Олександрівна

19635, Черкаська обл., Черкаський р-н, с. Білозір'я вул. Папаніна-Ткаченка, б.23
Р/р - UA703052990000026008021606295 у банку ПАТ КБ "Приватбанк"
ЄДРПОУ 2092525101

Платник податку на загальній системі оподаткування

**Список транспортних засобів, у тому числі автомобільних причепів, та
закріплених за ними водії на 01.01.2024**

пп №	Тип	Марка	Державний номер	Технічний стан	Рік випуску	Інформація про водія
						прізвище, ім'я та по батькові
1	Тягач	DAF	CA8160CB	справний	2008	Ворона Анатолій Володимирович
2	Напівпричеп	MAZ	CA0804XM	справний	2006	Ворона Анатолій Володимирович
3	Тягач	MAN	CA2400CI	справний	2013	Бондаренко Віталій Олександрович
4	Напівпричеп	SCHWARTZMULLER	CA7299XX	справний	2011	Бондаренко Віталій Олександрович
5	Тягач	DAF	CA0402AI	справний	2006	Уперенко Микола Миколайович
6	Напівпричеп (ррожня)	KOEGEL	CA7384XO	справний	2002	Уперенко Микола Миколайович
7	Тягач	DAF	CA6752CA	справний	2006	Зінченко Олександр Вікторович
8	Напівпричеп	CONVECS	CA2002XM	справний	1998	Зінченко Олександр Вікторович
9	Тягач	VOLVO	CA1713BC	справний	2011	Горбенко Олександр Миколайович
10	Напівпричеп (ррожня)	KAESSBOHRER	CA1897XF	справний	2008	Горбенко Олександр Миколайович
11	Тягач	DAF	CA6700CK	справний	2019	Бас Микола Вікторович
12	Напівпричеп	SCHMITZ	CA0007XM	справний	2019	Бас Микола Вікторович
13	Тягач	MAN	CA3800IE	справний	2014	Гречка Михайло Юрійович
14	Напівпричеп	SCHMITZ	CA5552XM	справний	2013	Гречка Михайло Юрійович
15	Тягач	MAN	CA2882EB	справний	2007	Москаленко Ігор Іванович
16	Напівпричеп	SCHMITZ	CA0890XM	справний	1987	Москаленко Ігор Іванович
17	Тягач	DAF	CA0024CO	справний	2005	Кітун Володимир Володимирович
18	Напівпричеп	SCHMITZ	CA5193XF	справний	2008	Кітун Володимир Володимирович
19	Тягач	SCANIA	CA9670IE	справний	2015	Давидов Денис Вікторович
20	Напівпричеп	SCHMITZ	CA5800XF	справний	2023	Давидов Денис Вікторович
21	Напівпричеп (тенг)	KRONE	CA0029XM	справний	2011	Горбенко Олександр Миколайович
22	Напівпричеп (тенг)	SCHMITZ	CA2888XM	справний	2004	Уперенко Микола Миколайович
23	Тягач	SCANIA	CA9800IH	справний	2014	Мананкін Володимир Владиславович
24	Напівпричеп	SCHMITZ	CA1021XM	справний	2012	Мананкін Володимир Владиславович
25	Тягач	DAF	CA0230IX	справний	2022	Пінчук Василь Юрійович
26	Напівпричеп	SCHMITZ	CA0230XG	справний	2022	Пінчук Василь Юрійович
27	Тягач	MAN	CA4600HT	справний	2012	Галат Сергій Олександрович
28	Напівпричеп	SCHMITZ	CA7060XP	справний	2008	Галат Сергій Олександрович
29	Тягач	DAF	CA9300IX	справний	2015	Супрун Володимир Анатолійович
30	Напівпричеп	KOEGEL	CA9995XM	справний	2021	Супрун Володимир Анатолійович
31	Тягач	SCANIA	CA8628KB	справний	2017	Касьяненко Микола Володимирович
32	Напівпричеп	KRONE	CA5717XF	справний	2018	Касьяненко Микола Володимирович
33	Тягач	DAF	CA8564KA	справний	2017	Харенко Микола Петрович
34	Напівпричеп	SCHMITZ	CA5811XF	справний	2023	Харенко Микола Петрович
35	Напівпричеп	KRONE	CA6420XF	справний	2017	Кукураза Андрій Петрович
36	Тягач	DAF	CA1318KC	справний	2017	Кукураза Андрій Петрович
37	Автомобіль	Mercedes Sprinter 212 D	CA5311KB	справний	1998	Гончаренко Дмитро Андрійович

Директор



Надія КОВТУН

J1499202

Квитанція № 2	
Платник податків:	2092525101 <small>(код згідно з Є ДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта)</small>
	kovtyn1957@ukr.net <small>(найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small>
	<small>(адреса електронної пошти (E-mail))</small>
Документ:	F0103307 <small>(код форми документу)</small>
	Податкова декларація платника єдиного податку _ фізичної особи - підприємця (3 група - квартальна) <small>(назва документу звітності)</small>
	23252092525101F0103307100000000151220212325.XML <small>(ім'я файлу)</small>
	Звітна <small>(стан документа)</small>
	рік 2021 <small>(назва звітного періоду) (звітний рік)</small>
	09.02.2022 <small>(граничний термін подання (для уточнюючих не зазначається))</small>
Підписи документа:	<small>(зазначається лише в залежності від статусу особи платника податків та складу посадових осіб, що мають право підпису):</small>
печатка:	2092525101 <small>(код згідно з Є ДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта)</small>
	<small>(найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small>
Керівник або фізична особа – платник податку, або співробітник з правом підпису ПН	<small>(РНОКПП або серія та номер паспорта)</small> <small>(прізвище, ім'я, по батькові)</small>
бухгалтер:	<small>(РНОКПП або серія та номер паспорта)</small> <small>(прізвище, ім'я, по батькові)</small>
Результат обробки:	Документ доставлено до <small>(код контролюючого органу)</small> ГУ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ (ЧЕРКАСЬКИЙ Р-Н) <small>(назва контролюючого органу)</small>
	Прийнято пакет.
	03.02.2022 13:44:29.946+02:00 <small>(дата) (час)</small>
	Реєстраційний № 9427748026
Виявлені помилки:	-
Відправник:	Державна податкова служба України <small>(інформація про відправника)</small>

Відмітка про одержання
(штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства фінансів України
19 червня 2015 року № 578
(у редакції наказу Міністерства фінансів України
09.12.2020 року № 752)

1	ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ - ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ - ПІДПРИЄМЦЯ	01	X	Звітна
		02		Звітна нова
		03		Уточнююча
		04		Довідково*

2	Податковий (звітний) період: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input checked="" type="checkbox"/> рік <input type="checkbox"/> (місяць)** <input type="text" value="2021"/> року (необхідне позначити)
---	--

3	Податковий (звітний) період, який уточнюється <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input type="checkbox"/> рік <input type="text" value=""/> року (необхідне позначити)
---	--

4	ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ЧЕРКАСЬКЕ УПРАВЛІННЯ, ЧЕРКАСЬКА ДПС(ЧЕРКАСЬКИЙ Р-Н) (найменування контролюючого органу, до якого подається звітність)
---	--

5	Платник КОВТУН НАДІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА (прізвище, ім'я, по батькові (за наявності) платника податків згідно з реєстраційними документами)
---	--

6	Податкова адреса УКРАЇНА, 19635, ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСТЬ, ЧЕРКАСЬКИЙ РАЙОН/М.ЧЕРКАСИ Р-Н, С.БЛЮЗІР'Я, ВУЛ. ТКАЧЕНКА-ПАПАНИНА, БУД. 23 (податкова адреса (місце проживання) платника податку)
	Електронна адреса kovtyn1957@ukr.net

7	Ресстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта ¹	2092525101
---	--	------------

8	8.1	платника податку, що подає декларацію за останній податковий (звітний) період, на який припадає дата державної реєстрації припинення ²
	8.2	платника податку, що подає декларацію за останній податковий (звітний) період, в якому здійснено перехід на сплату інших податків і зборів ²

I. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

9	Фактична чисельність найманих працівників у звітному періоді (осіб)	8
---	---	---

10	Види підприємницької діяльності у звітному періоді ³ :	
	Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД
1	49.41	Вантажний автомобільний транспорт

II. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ПЕРШОЇ ГРУПИ

Щомісячні авансові внески, грн., коп.

I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
-	-	-	-

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн, коп.) ⁴
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 1 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)	01	-
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді ⁵	02	-

III. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ДРУГОЇ ГРУПИ

Щомісячні авансові внески, грн., коп.

I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
-	-	-	-

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн, коп.) ⁴
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 2 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)	03	-
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді ⁵	04	-

IV. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн, коп.) ⁴
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 3 %	05	6984706.67
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 5 %	06	-
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді ⁵	07	-

V. ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПО ЄДИНОМУ ПОДАТКУ

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн, коп.) ⁴
Загальна сума доходу за звітний (податковий) період (сума значень рядків 01 + 02 + 03 + 04 + 05 + 06 + 07)	08	6984706.67

Сума податку за ставкою 15 % ((рядок 02 + рядок 04 + рядок 07) x 15 %)	09	0
Сума податку за ставкою 3 % (рядок 05 x 3 %)	10	209541.2
Сума податку за ставкою 5 % (рядок 06 x 5 %)	11	0
Нараховано всього за звітний (податковий) період (рядок 9 + рядок 10 + рядок 11)	12	209541.2
Нараховано за попередній звітний (податковий) період (значення рядка 12 декларації попереднього звітного (податкового) періоду)	13	191643.23
Сума єдиного податку, яка підлягає нарахуванню та сплаті в бюджет за підсумками поточного звітного (податкового) періоду (рядок 12 - рядок 13)	14	17897.97

VI. ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВИПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИЯВЛЕНИХ ПОМИЛОК

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн., коп.) ⁴
Сума єдиного податку, яка підлягала перерахуванню до бюджету, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виявлена помилка (рядок 14 відповідної декларації)	15	-
Уточнена сума податкових зобов'язань за звітний (податковий) період, у якому виявлена помилка	16	-
Розрахунки у зв'язку з виправленням помилки:		
Збільшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 > рядка 15)	17	0
Зменшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету ⁶ (рядок 16 - рядок 15, якщо рядок 16 < рядка 15)	18	0
Сума штрафу, яка нарахована платником податку самостійно у зв'язку з виправленням помилки, - %(рядок 17 x 3 % або 17 x 5 %) ⁷	19	0
Сума пені, яка нарахована платником податку самостійно відповідно до підпункту 129.1.3 пункту 129.1 статті 129 глави 12 розділу II Податкового кодексу України	20	-

VII. ВИЗНАЧЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ІЗ СПЛАТИ ЄДИНОГО ВНЕСКУ ЗА ДАНИМИ ЗВІТНОГО (ПОДАТКОВОГО) ПЕРІОДУ

Назва показника	Код рядка	Обсяг (грн., коп.) ⁴
Сума єдиного внеску, яка підлягає сплаті на небюджетні рахунки, за даними звітного (податкового) періоду (рядок Усього графа 4 розділу 9 додатку 1)	21	-

Доповнення до податкової декларації (заповнюється і додається відповідно до пункту 46.4 статті 46 глави 2 розділу II Податкового кодексу України) на - арк.	
№ з/п	Зміст доповнення
1	-

1	Додаток 1 "Відомості про суми нарахованого доходу застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску" ⁸
---	--

Дата подання декларації:

03.02.2022

Інформація про особу, уповноважену на заповнення декларації

Прізвище, ім'я, по батькові уповноваженої особи:

Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта¹

Фізична особа - платник податку
або уповноважена особа

КОВТУН НАДІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Ця частина декларації заповнюється посадовими особами контролюючого органу

Відмітка про внесення даних до електронної бази податкової звітності "_____" _____ 20____ року

(посадова особа контролюючого органу (підпис, ініціали та прізвище))

За результатами камеральної перевірки декларації (потрібне позначити):

порушень (помилки) не виявлено

Складено акт від "_____" _____ 20____ року № _____

(посадова особа контролюючого органу (підпис, ініціали та прізвище))

"_____" _____ 20____ року

* Подається з метою отримання довідки про доходи за інший період, ніж кварталний (річний) податковий (звітний) період/ призначення пенсії/ матеріального забезпечення, страхових виплат. Для призначення пенсії/ матеріального забезпечення, страхових виплат обов'язково зазначається тип декларації "Звітна" або "Звітна нова" з додатковою позначкою "Довідкова". Тип декларації "Уточнююча" при поданні Додатку 1 "Відомостей про суми нарахованого доходу застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску" (далі - Додаток 1) для призначення пенсії/ матеріального забезпечення, страхових виплат не застосовується. У разі подання декларації для отримання довідки обов'язково зазначається тип декларації "Довідкова", податкові зобов'язання по єдиному податку в розділі V та VI декларації не визначаються та Додаток 1 не подається. Подання таких декларацій не звільняє платника від обов'язку подання декларації у строк, встановлений для кварталного (річного) податкового (звітного) періоду.

** Для отримання довідки про доходи платником зазначається номер календарного місяця, за який подається декларація з позначкою "Довідкова". Для призначення пенсії платником вказується арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця, в якому подається декларація. Для забезпечення реалізації права на матеріальне забезпечення та страхових виплат за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням платником вказується арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця, в якому настав страховий випадок.

⁴ Заповнюється наростаючим підсумком з початку року у гривнях з двома десятковими знаками після коми.

⁵ **Включається:**

сума доходу, що перевищує обсяги, встановлені підпунктами 1, 2, 3 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого від провадження діяльності, не зазначеної в реєстрі платників єдиного податку (для першої або другої групи), у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунків, ніж передбачено пунктом 291.6 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права на застосування спрощеної системи оподаткування, у звітному (податковому) періоді;

сума доходу, отриманого платниками першої або другої групи від провадження діяльності, яка не передбачена в підпункті 1 або 2 пункту 291.4 статті 291 Кодексу.

⁶ Зазначається тільки як позитивне значення.

⁷ Нараховується платником у разі самостійного виявлення факту заниження податкового зобов'язання (пункт 50.1 статті 50 глави 2 розділу II Податкового кодексу України).

⁸ Додаток 1 є невід'ємною частиною декларації, подається та заповнюється фізичними особами - підприємцями - платниками єдиного податку першої - третьої груп, відповідно до пунктів 296.2 та 296.3 статті 296 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України, та які є платниками єдиного внеску відповідно до пункту 4 частини першої статті 4 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування". Додаток 1 не подається та не заповнюється зазначеними платниками, за умови дотримання ними вимог, визначених частинами 4 та 6 статті 4 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування", що дають право на звільнення таких осіб від сплати за себе єдиного внеску. Такі особи можуть подавати Додаток 1 виключно за умови їх добровільної участі у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Квитанція № 2	
Платник податків:	2092525101 <small>(код згідно з ЄДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта)</small> <small>(найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small> kovtyn1957@ukr.net#1 <small>(адреса електронної пошти (E-mail))</small>
Документ:	F0100213 <small>(код форми документу)</small> Податкова декларація про майновий стан і доходи <small>(назва документу звітності)</small> 23252092525101F010021330600000551220222325.XML <small>(ім'я файлу)</small> Уточнююча <small>(стан документу)</small> рік 2022 <small>(назва звітного періоду) (звітний рік)</small> 01.12.2022 <small>(граничний термін подання (для уточнюючих не зазначається))</small>
Підписи документа:	<small>(зазначається лише в залежності від статусу особи платника податків та складу посадових осіб, що мають право підпису):</small> печатка: 2092525101 <small>(код згідно з ЄДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта) (найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small> Керівник або фізична особа – платник податку, або співробітник з правом підпису ПН <small>(РНОКПП або серія та номер паспорта) (прізвище, ім'я, по батькові)</small> бухгалтер: <small>(РНОКПП або серія та номер паспорта) (прізвище, ім'я, по батькові)</small>
Результат обробки:	Документ доставлено до <small>(код контролюючого органу)</small> ГУ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ ДПІ У М.ЧЕРКАСАХ (ЧЕРК Р-Н) <small>(назва контролюючого органу)</small> Прийнято пакет. 27.09.2023 22:23:08.839+03:00 <small>(дата) (час)</small> Реєстраційний № 9313721966
Виявлені помилки:	-
Відправник:	Державна податкова служба України <small>(інформація про відправника)</small>

Відмітка про одержання
(штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства фінансів України
02 жовтня 2015 року № 859
(у редакції наказу Міністерства фінансів України
від 17.05 2022 року N143)

ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПРО МАЙНОВИЙ СТАН І ДОХОДИ

I. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

1	Тип декларації: <input type="checkbox"/> Звітна <input type="checkbox"/> Звітна нова <input checked="" type="checkbox"/> Уточнююча	2	Звітний (податковий) період: <input type="text" value="2022"/> рік	Звітний (податковий) період, що уточнюється: <input type="text" value="2022"/> рік
	<input type="text"/> довідкова:	2.1	<input type="text"/> місяць:	<input type="text"/> місяць:
1.1		2.2	Регістраційний номер документа, який уточнюється:	<input type="text" value="9309631380"/>

Інформація про платника податку

3	Прізвище, ім'я, по батькові платника податку: <u>Фізична особа — підприємець Ковтун Надія Олександрівна</u>	Регістраційний номер облікової картки платника податків або серія та/або номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)	<input type="text" value="2092525101"/>
4	Податкова адреса (місце проживання) платника податку: Область: <u>Черкаська</u> Район: <u>Черкаський</u> Місто (селище, село): <u>Білозір'я</u> Вулиця: <u>вул. Папаніна-Ткаченка</u> Номер будинку: <u>23</u> Корпус: _____ Номер квартири: _____ Електронна адреса: <u>2092525101@ukr.net</u>	Поштовий індекс: <u>19635</u> Контактні телефони: _____	
5	Найменування контролюючого органу, до якого подається декларація: <u>2325 ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ЧЕРКАСЬКА ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ (ЧЕРКАСЬКИЙ Р-Н)</u>		
6	Резидентський статус платника податку <input checked="" type="checkbox"/> резидент <input type="checkbox"/> нерезидент	Декларація заповнена: <input checked="" type="checkbox"/> самостійно платником податку <input type="checkbox"/> уповноваженою на це особою	
7	Категорія платника: особа, стосовно якої проведено реєстрацію припинення підприємницької або незалежної - професійної діяльності / втрачено статус члена фермерського господарства або закінчено термін дії договору про добровільну участь протягом звітного року / особа, яка виїжджає за кордон на постійне місце проживання:	Категорія платника: громадянин <input type="checkbox"/> особа, яка заявляє право на податкову знижку <input type="checkbox"/> особа, яка провадить незалежну професійну діяльність/члени фермерського господарства <input type="checkbox"/> підприємець <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text"/>
8	Відомості про суми нарахованого єдиного внеску у додатках ЄСВ 1, ЄСВ 2, ЄСВ 3		
	<input type="text"/>		

Прізвище, ім'я, по батькові уповноваженої особи: _____						
9 Реєстраційний номер облікової картки платника податків _____						
або серія та/або номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)						
Код рядка	II. ДОХОДИ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ЗАГАЛЬНОГО РІЧНОГО ОПОДАТКОВУВАНОВОГО ДОХОДУ	Сума доходів (грн, коп.)	Сума податку/збору (грн, коп.)			
			утриманого (сплаченого) податковим агентом		що підлягає сплаті самостійно	
			податок на доходи фізичних осіб	військовий збір	податок на доходи фізичних осіб	військовий збір
1	2	3	4	5	6	7
10	Загальна сума доходів, які включаються до загального річного оподаткованого доходу, в тому числі (рядок 10.1 + рядок 10.2 + рядок 10.3 + рядок 10.4 + рядок 10.5 + рядок 10.6 + рядок 10.7 + рядок 10.8 + рядок 10.9 + рядок 10.10 + рядок 10.11 + рядок 10.12 + рядок 10.13 + рядок 10.14 + рядок 10.15):	178145.93	0	0	32066.27	2672.19
10.1	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат, які нараховані (виплачені, надані) відповідно до умов трудового договору (контракту)					
10.2	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) у формі винагород та інших виплат відповідно до умов цивільно-правового характеру					
10.3	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) спеціалісту резидента Дія Стігі у вигляді заробітної плати чи винагороди, що нараховується (виплачується, надається) платнику податку у зв'язку з трудовими відносинами чи у зв'язку з виконанням гіг-контракту					
10.4	Дохід, отриманий у вигляді дивідендів, крім сум дивідендів, що не включаються до розрахунку загального місячного (річного) оподаткованого доходу					
10.5	Доходи від операцій з продажу (обміну) об'єктів рухомого та/або нерухомого майна (додаток Ф4)					
10.6	Дохід від надання майна в лізинг, оренду (суборенду, емфітевізис), житловий найм (піднайм)», у тому числі:					
10.6.1	дохід, отриманий від фізичної особи - платника податку (орендаря), який не є податковим агентом, за оренду (суборенду, емфітевізис) земельних ділянок, земельних часток (паїв), виділених або не виділених у натурі (на місцевості)		x	x		
10.7	Доходи, отримані від продажу власної сільськогосподарської продукції, що вирощена, відгодована, виловлена, зібрана, виготовлена, вироблена, оброблена та/або перероблена безпосередньо фізичною особою на земельних ділянках, перелік яких визначений пунктом 165.1.24 пункту 165.1 статті 165 розділу IV Податкового кодексу України, та які підлягають оподаткуванню					
10.8	Інвестиційний прибуток (додаток Ф1)					
10.9	Вартість успадкованого чи отриманого у дарунок майна					
10.10	Доходи, отримані з джерел за межами України:		x	x		
10.11	Чистий оподатковуваний дохід, отриманий фізичною особою - підприємцем від провадження господарської діяльності, крім осіб, що обрали спрощену систему оподаткування (додаток Ф2)	178145.93	x	x	32066.27	2672.19
10.12	Чистий оподатковуваний дохід, отриманий фізичною особою, яка провадить незалежну професійну діяльність (додаток Ф2)	0	x	x	0	0
10.13	Інші доходи, у тому числі:					
10.13.1	у вигляді додаткового блага (прощений (анульований) борг за кредитом, що отриманий на придбання житла (поточний кредит))					
10.14	Частина прибутку контрольованої іноземної компанії (додаток (и) КІК)»		x	x		

10.15	Доходи, отримані у зв'язку з розподілом прибутку або його частини утворення без статусу юридичної особи, створене на підставі правочину або зареєстроване відповідно до законодавства іноземної держави (території) без створення юридичної особи (партнерство, траст, фонд), яке не є контрольованою іноземною компанією та відповідає вимогам підпункту 170.11.1.1 пункту 170.11.1 статті 170 розділу IV Податкового кодексу України	x	x		
* Назва країни, з якої отримано іноземні доходи, та назва валюти.					
Код рядка	III. ДОХОДИ, ЯКІ НЕ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ЗАГАЛЬНОГО РІЧНОГО ОПОДАТКОВУВАНОВОГО ДОХОДУ	Сума доходів (грн, коп.)			
11	Доходи, які не включаються до розрахунку загального річного оподаткованого доходу, у тому числі: (рядок 11.1 + рядок 11.2 + рядок 11.3)	7494641.87			
11.1	Доходи, отримані від провадження господарської діяльності за спрощеною системою оподаткування протягом звітного (податкового) року	7494641.87			
11.2	Доходи від операцій з продажу (обміну) об'єктів рухомого та/або нерухомого майна (додаток Ф 4)				
11.3	Інші доходи, що не підлягають оподаткуванню				
Код рядка	IV. ЗАГАЛЬНА СУМА РІЧНОГО ДОХОДУ	Сума доходів (грн, коп.)			
12	Загальна сума річного доходу (рядок 10 + рядок 11)	7672787.8			
Код рядка	V. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ / ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ	Сума (грн, коп.)			
13	Загальна сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб (графа 6 рядка 10)	32066.27			
14	Сума позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок (графа 3 рядка 03 розділу II додатку МПЗ)				
15	Сума податку на доходи фізичних осіб позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок, сплаченого за місцезнаходженням земельної(х) ділянки(ок), відмінним від податкової адреси платника податку				
16	Сума податку, на яку зменшуються податкові зобов'язання з податку на доходи фізичних осіб у зв'язку з використанням права на податкову знижку (рядок 7 та/або рядок 15 додатка Ф3)				
17	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає поверненню у разі невчинення нотаріальної дії щодо посвідчення договору купівлі-продажу, міни об'єкта нерухомості відповідно до пункту 172.6 статті 172 розділу IV Податкового кодексу України				
18	Сума податків, сплачених за кордоном, на яку зменшується сума річного податкового зобов'язання згідно з підпунктом 170.11.2 пункту 170.11 статті 170 розділу IV Податкового кодексу України (але не більше ніж значення рядка 13)				
19	Сума податку з доходів, отриманих від фізичної особи - платника податку (орендаря), який не є податковим агентом, за оренду (суборенду, емфітевзис) земельних ділянок, земельних часток (паїв), виділених або не виділених у натурі (на місцевості), які розташовані за місцезнаходженням, відмінним від податкової адреси платника податку (орендодавця) (графа 6 рядка 10.6.1)	0			
20	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:	X			
20.1	Сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податків за результатами звітного (податкового) року (додатне значення ((рядок 13 + рядок 14) - рядок 15 - рядок 16 - рядок 17 - рядок 18 - рядок 19))	32066.27			
20.2	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає поверненню з бюджету за результатами звітного (податкового) року (від'ємне значення ((рядок 13 + рядок 14) - рядок 16 - рядок 17 - рядок 18)) (значення вказується без знака "-")	0			
21	Розрахунки з бюджетом із військового збору:	X			
21.1	Сума податкових зобов'язань з військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податків за результатами звітного (податкового) року (графа 7 рядка 10)	2672.19			
22	Розрахунки з єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування	X			
22.1	Сума зобов'язань з єдиного внеску, що підлягає обов'язковій сплаті самостійно визначену платником податків за результатами звітного (податкового) року (графа 6 рядка Усього додатку ССВ1)				
Код рядка	VI. РОЗРАХУНОК ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВИПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИЯВЛЕНИХ ПОМИЛОК У ПОПЕРЕДНІХ ЗВІТНИХ ПЕРІОДАХ	Сума (грн, коп.)			
		єдиний соціальний внесок	податок на доходи фізичних осіб	військовий збір	
23	Сума податку та/або збору, які підлягали перерахуванню до бюджету або поверненню, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виявлена помилка				
24	Уточнені суми податкових зобов'язань або сума до повернення за звітний (податковий) період, у якому виявлена помилка				
25	Розрахунки у зв'язку з виправленням помилки:	x			
25.1	Збільшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету	0	0	0	0

	(рядок 24 - рядок 23, якщо рядок 24 > рядка 23)			
25.2	Зменшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету (рядок 24 - рядок 23, якщо рядок 24 < рядка 23)) (значення вказується без знака "-")	0	0	0
26	Сума штрафу, яка нарахована платником податку самостійно у зв'язку з виправленням помилки, % (рядок 25.1 Ч 3 або 5%) за заниження податкового зобов'язання	X		
27	Сума пені, яка нарахована платником податку самостійно відповідно до статті 129 ПКУ або статті 25 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування"			

VII. Реквізити банківського рахунку для перерахування коштів у разі повернення надміру утриманих (сплачених) сум податку під час застосування права на податкову знижку:

Номер рахунку:	_____
Найменування банку:	_____
Ідентифікаційний код банку:	<input type="text"/>

VIII. ВІДОМОСТІ ПРО ВЛАСНЕ НЕРУХОМЕ (РУХОМЕ) МАЙНО ТА/АБО МАЙНО, ЯКЕ НАДАЄТЬСЯ В ОРЕНДУ (СУБОРЕНДУ)

Код рядка	Категорії об'єктів**	Місцезнаходження об'єкта нерухомого майна (країна, адреса)	Рік набуття у власність/рік випуску (для рухомого майна)	Загальна площа нерухомого майна (кв. м)	Частка в загальній площі нерухомого майна	Відмітка про надання майна в оренду (суборенду), житловий найм (піднайм)
		або марка (модель) рухомого майна				
1	2	3	4	5	6	7
1	2	УКРАЇНА, ЧЕРКАСЬКА ОБЛ., ЧЕРКАСЬКИЙ РАЙОН, С. БІЛОЗІР'Я, вул.Папаніна-Ткаченка, буд.23	1976	100	1	-
2	8	DAF XF 480 FT	2019	-	-	-
3	8	SCANIA R450	2015	-	-	-
4	8	MAN TGA 18.440	2007	-	-	-
5	8	DAF FT CF85.360	2008	-	-	-
6	8	DAF FT CF85.410	2006	-	-	-
7	8	MAN TGA 18.430	2005	-	-	-
8	8	MAN TGA 18.400	2007	-	-	-
9	8	VOLVO FH	2011	-	-	-
10	8	MAN TGX 18.480	2014	-	-	-
11	8	DAF CF85.410	2006	-	-	-
12	8	DAF XF 480 FT	2022	-	-	-
13	8	DAF FT XF 106.460	2015	-	-	-
14	13	SCHMITZ CARGOBULL	2019	-	-	-
15	13	SCHMITZ SCS 24L	2013	-	-	-
16	13	SCHMITZ S01	2004	-	-	-
17	13	MAZ 975830-3012	2006	-	-	-
18	13	CONVECS SPL 27	1998	-	-	-
19	13	KRONE SD	2011	-	-	-
20	13	KOEGEL SN	2002	-	-	-
21	13	SCHWARTZMULLER SPA - 3E	2011	-	-	-
22	13	SCHMITZ SCS 24/L-13	2022	-	-	-
23	13	SCHMITZ SCS 24	2008	-	-	-

**** КАТЕГОРІЇ ОБ'ЄКТІВ :**

1 – земельні ділянки; 2 – житлові будинки; 3 – квартири; 4 – садові (дачні) будинки; 5 – гаражі; 6 – водойми; 7- автомобілі легкові; 8 – автомобілі вантажні (спеціальні); 9 – водні транспортні засоби; 10 – повітряні судна; 11 – мотоцикли (мопеди); 12 - земельні ділянки, віднесені до сільськогосподарських угідь; 13 – інше нерухоме (рухоме) майно.

	Доповнення до податкової декларації (заповнюється і подається відповідно до пункту 46.4 статті 46 розділу II ПКУ)	Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	
1	-	
	Доповнення до податкової декларації довільної форми (подається відповідно до підпункту "д" підпункту 164.2.17 пункту 164.2 статті 164 розділу IV ПКУ)	Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	
1	-	
	Доповнення до податкової декларації довільної форми (заповнюється і подається відповідно до підпункту 166.2.2 пункту 166.2 статті 166, пунктів 170.13, 170.13-1 статті 170 та пункту 176.1 статті 176 розділу IV ПКУ)	Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	

1	-
---	---

Додатки до декларації
(потрібне зазначити):

Ф 1		Ф 2	X	Ф 3		Ф 4		КІК ₈		МПЗ		ЄСВ1		ЄСВ2 ₉		ЄСВ3 ₉	
-----	--	-----	---	-----	--	-----	--	------------------	--	-----	--	------	--	-------------------	--	-------------------	--

Дата подання декларації:

27.09.2023

Інформація, наведена в декларації, додатках і доповненнях до декларації, є достовірною.

Фізична особа - платник податку

або уповноважена особа

(підпис)

Надія Ковтун

(власне ім'я та прізвище)

1 Заповнюється у разі подання додатку ЄСВ 1 з позначкою "призначення пенсії" або "призначення матеріального забезпечення, страхових виплат", або додатку ЄСВ2 або додатку ЄСВ 3

2 Заповнюється у разі подання фізичною особою, стосовно якої проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням або яка припиняє незалежну професійну діяльність, або якою втрачено статус члена фермерського господарства згідно із реєстром страхувальників, або у якій закінчено строк дії договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або яка за результатами проведеної документальної перевірки збільшує або зменшує зобов'язання з єдиного внеску, та зазначається арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця та у рядку 2 заголовної частини декларації рік, в якому проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності або подано заяву про припинення незалежної професійної діяльності, або подано заяву про зняття з обліку платника єдиного внеску, або закінчено дію договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або в якому подається така декларація у випадку збільшення або зменшення сум зобов'язань по єдиному внеску за результатами проведеної документальної перевірки. Також заповнюється особами, які зазначили тип форми "призначення пенсії" або "призначення матеріального забезпечення, страхових виплат" у додатку ЄСВ1, та зазначається арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця та у рядку 2 заголовної частини декларації рік, в якому подається декларація.

3 Заповнюється у разі подання декларації з позначкою "уточнююча" та зазначається реєстраційний номер документа, який уточнюється, (за наявності інформації)

4 Заповнюється за бажанням платника податку.

5 Заповнюється у разі подання фізичною особою, стосовно якої проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням або яка припиняє незалежну професійну діяльність, або якою втрачено статус члена фермерського господарства згідно із реєстром страхувальників, або у якій закінчено строк дії договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або особою, яка виїжджає за кордон на постійне місце проживання, та подає до контролюючого органу податкову декларацію відповідно до пункту 179.3 статті 179 розділу IV Податкового кодексу України

6 У разі отримання таких доходів заповнюється графа 7 розділу відомостей про власне нерухоме (рухоме) майно та/або майно, яке надається в оренду (суборенду).

7 Перераховуються у гривні за валютним курсом Національного банку України, що діє на момент нарахування (отримання) таких доходів.

8 Заповнюється відповідно до пунктів 170.13, 170.13¹ статті 170 розділу IV Податкового кодексу України та проставляється кількість поданих додатків "КІК" за їх наявності.

9 Зазначається кількість додатків, оскільки до декларації може бути подано кілька розрахунків сум добровільних внесків, передбачених договором про добровільну участь, або збільшення або зменшення сум зобов'язань з єдиного внеску за результатами проведеної документальної перевірки

Ця частина декларації заповнюється посадовими особами контролюючого органу	
Відмітка про внесення даних до електронної бази податкової звітності	"___" _____ 20___ року <i>(посадова особа контролюючого органу (підпис, ініціали та прізвище))</i>
За результатами камеральної перевірки декларацій (потрібне позначити):	
<input type="checkbox"/> порушень (помилоч) не виявлено	<input type="checkbox"/> складено акт від "___" _____ 20___ року № _____ <i>(посадова особа контролюючого органу (підпис, ініціали та прізвище))</i>
"___" _____ 20___ року	

Відмітка про одержання (штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)

Додаток Ф2

до податкової декларації про майновий стан і доходи

РОЗРАХУНОК

податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб та військового збору з доходів, отриманих самозайнятою особою

Ресстраційний номер облікової картки платника податків	2092525101
або серія (за наявності) та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття ресстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)	
Тип декларації: <input type="checkbox"/> Звітна <input type="checkbox"/> Звітна нова <input checked="" type="checkbox"/> Уточнююча	Звітний (податковий) період: 2022 рік
Звітний (податковий) період, що уточнюється: 2022 рік	
<input type="checkbox"/> місяць	<input type="checkbox"/> місяць

I. ДОХОДИ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Назва виду економічної діяльності, за здійснення якого одержано дохід (крім доходів від виробництва власної сільськогосподарської продукції)	Код виду економічної діяльності згідно з КВЕД (крім доходів від виробництва власної сільськогосподарської продукції)	Сума одержаного доходу (грн, коп.)	Вартість документально підтверджених витрат, пов'язаних з господарською діяльністю (грн, коп.), у тому числі				Сума чистого сподаткованого доходу (графа 4 – графа 5 – графа 6 – графа 7 – графа 8) (грн, коп.)
				вартість придбаних товарно-матеріальних цінностей, реалізованих або використаних у виробництві продукції	витрати на оплату праці та нарахування на заробітну плату	інші витрати, зокрема витрати, пов'язані з веденням господарської діяльності та суми податків, зборів, пов'язаних з проведенням господарської діяльності	амортизаційні відрахування	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Вантажний автомобільний транспорт	49.41	4667531.78	4256933.04	231754.37	698.44	-	178145.93
Усього			4667531.78	4256933.04	231754.37	698.44	0	178145.93

II. Інформація щодо нарахованої амортизації

Код рядка	Номер групи	Вартість об'єкта основних засобів та/або нематеріальних активів		Розрахована сума амортизаційних відрахувань за звітний (податковий) період відповідно до підпункту 177.4.9 пункту 177.4 статті 177 розділу IV ПКУ
		на початок звітного (податкового) періоду	на кінець звітного (податкового) періоду	
1	2	3	4	5
A1	1			
A2	2			
A3	3			
A4	4			
УСЬОГО				0

Код рядка	III. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ / ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ	Сума (грн, коп.)
1	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:	x
1.1	Розрахована сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб за результатами звітного (податкового) року, що підлягає сплаті до бюджету (додатне значення графи 9 рядка "УСЬОГО" розділу I x на ставку податку (18%))	32066.27
1.2	Сума податку на доходи фізичних осіб, самостійно нарахована платником податку протягом звітного (податкового) року за результатами останнього базового (звітного) періоду, у тому числі у разі припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця протягом звітного (податкового) року 2	

1.3	Загальна сума авансових платежів з податку на доходи фізичних осіб, розрахованих платником податку самостійно згідно з фактичними даними, зазначеними у Книзі обліку доходів і витрат кожного календарного кварталу (крім четвертого), та сплачених до бюджету протягом звітного (податкового) року згідно з підпунктом 177.5.1 пункту 177.5 статті 177 розділу IV ПКУ	
1.4	Сума надміру сплаченого податку, що підлягає зарахуванню в рахунок майбутніх платежів або поверненню платнику згідно з підпунктом 177.5.3 пункту 177.5 статті 177 розділу IV ПКУ (від'ємне значення (рядок 1.1 - рядок 1.3)) (значення вказується без знака "-")	
1.5	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (рядок 1.1 - рядок 1.2) (сума переноситься до графі 6 рядка 10.11 декларації)	32066.27
2	Розрахунки з бюджетом з військового збору:	x
2.1	Розрахована сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб за результатами звітного (податкового) року, що підлягає сплаті до бюджету (додатне значення графі 9 рядка "УСЬОГО" розділу I x на ставку збору (1,5%))	2672.19
2.2	Сума військового збору, самостійно нарахована платником податку протягом звітного (податкового) року за результатами останнього базового (звітного) періоду, у тому числі у разі припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця протягом звітного (податкового) року 2	
2.3	Сума військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (рядок 2.1 - рядок 2.2) (сума переноситься до графі 7 рядка 10.11 декларації)	2672.19

IV. ДОХОДИ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Категорія незалежної професійної діяльності*	Назва виду економічної діяльності, за здійснення якого одержано дохід	Код виду економічної діяльності згідно з КВЕД	Сума одержаного доходу (грн, коп.)	Вартість документально підтверджених витрат, необхідних для провадження незалежної професійної діяльності (грн, коп.), у тому числі			Сума чистого оподаткованого доходу (графі 5 - графі 6 - графі 7 - графі 8)(грн, коп.)
					вартість придбаних товарно-матеріальних цінностей для використання під час провадження незалежної професійної діяльності	витрати на оплату праці та нарахування на заробітну плату	інші витрати, включаючи вартість виконаних робіт, наданих послуг	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	-	-	-	-	-	-	-	0
Усього				0	0	0	0	0

* Категорія незалежної професійної діяльності: 1 – приватний нотаріус; 2 – адвокат; 3 – арбітражний керуючий (розпорядник майна, керуючий санацією, ліквідатор); 4 – приватний виконавець; 5 – судовий експерт; 6 – аудитор; 7 – бухгалтер; 8 – оцінщик; 9 – інженер; 10 – архітектор; 11 – особа, зайнята релігійною (місіонерською) діяльністю; 12 – науковий, літературний, артистичний, художній, освітній або викладацький діяч; 13 – лікар; 14 – інша діяльність.

Код рядка	V. РОЗРАХУНОК ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ	Сума (грн, коп.)
3	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:	x
3.1	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (додатне значення графі 9 рядка "УСЬОГО" розділу IV Ч на ставку податку (18%)) (сума переноситься до графі 6 рядка 10.12 декларації)	
4	Розрахунки з бюджетом з військового збору:	x
4.1	Сума військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (додатне значення графі 9 рядка "УСЬОГО" розділу IV Ч на ставку збору (1,5%)) (сума переноситься до графі 7 рядка 10.12 декларації)	

1 Завиновість для фізичних осіб - підприємців, які припинили підприємницьку діяльність протягом звітного (податкового) року та подали декларацію відповідно до абзацу другого пункту 177.11 статті 177 розділу IV Податкового кодексу України.

2 Значається рік та номер календарного місяця (числове значення), в якому подається декларація з типом "звітна" або "звітна нова" з додатковою позначкою "довідкова" для "призначення пенсії" або "призначення матеріального забезпечення, страхових виплат", чи рік та номер календарного місяця (числове значення), в якому здійснено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності або припинено незалежну професійну діяльність згідно з даними реєстру страховальників, або втрачено статус члена фермерського господарства, при поданні декларації з типом "звітна" або "звітна нова" або "уточнююча" з типом форми "після припинення".

Фізична особа - платник податку

Надія Ковтун

або уповноважена особа

(підпис)

(власне ім'я та прізвище)

Квитанція № 2	
Платник податків:	2092525101 <small>(код згідно з ЄДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта)</small> КОВТУН НАДІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА <small>(найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small> kovtyn1957@ukr.net#1 <small>(адреса електронної пошти (E-mail))</small>
Документ:	F0100214 <small>(код форми документу)</small> Податкова декларація про майновий стан і доходи <small>(назва документу звітності)</small> 23252092525101F0100214100000000151220232325.XML <small>(ім'я файлу)</small> Звітна <small>(стан документу)</small> рік 2023 <small>(назва звітного періоду) (звітний рік)</small> 30.04.2024 <small>(граничний термін подання (для уточнюючих не зазначається))</small>
Підписи документа:	<small>(зазначається лише в залежності від статусу особи платника податків та складу посадових осіб, що мають право підпису):</small> печатка: 2092525101 КОВТУН НАДІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА <small>(код згідно з ЄДРПОУ або РНОКПП або серія та номер паспорта) (найменування або прізвище, ім'я, по батькові)</small> Керівник або фізична особа – платник податку, або співробітник з правом підпису ПН 2092525101 Надія Ковтун <small>(РНОКПП або серія та номер паспорта) (прізвище, ім'я, по батькові)</small> бухгалтер: <small>(РНОКПП або серія та номер паспорта) (прізвище, ім'я, по батькові)</small>
Результат обробки:	Документ доставлено до _____ <small>(код контролюючого органу)</small> ГУ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ ДПІ У М.ЧЕРКАСАХ (ЧЕРК Р-Н <small>(назва контролюючого органу)</small> Прийнято пакет. 08.03.2024 11:03:59.414+02:00 <small>(дата) (час)</small> Реєстраційний № 9385250680
Виявлені помилки:	-
Відправник:	Державна податкова служба України <small>(інформація про відправника)</small>

Відмітка про одержання (штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства фінансів України

02 жовтня 2015 року № 859

(у редакції наказу Міністерства фінансів України

від 28 серпня 2023 року № 467)

ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПРО МАЙНОВИЙ СТАН І ДОХОДИ

I. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

1	Тип декларації: <input checked="" type="checkbox"/> Звітна <input type="checkbox"/> Звітна нова <input type="checkbox"/> Уточнююча	2	Звітний (податковий) період: <input type="text" value="2023"/> рік	Звітний (податковий) період, що уточнюється: <input type="text"/> рік
	<input type="text"/> довідкова	2.1	<input type="text"/> місяць	<input type="text"/> місяць
1.1		2.2	Ресстраційний номер документа, який уточнюється	<input type="text"/>

Інформація про платника податку

Прізвище, ім'я, по батькові платника податку: <u>Ковтун Надія Олександрівна</u>	
3	Ресстраційний номер облікової картки платника податків або серія та/або номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття ресстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)
<input type="text" value="2092525101"/>	
4	Податкова адреса (місце проживання) платника податку: Область: <u>ЧЕРКАСЬКА</u> Район: _____ Місто (селище, село): <u>БЛОЗІР'Я</u> Вулиця: <u>Ткаченка-Папаніна</u> Номер будинку: <u>23</u> Корпус: _____ Номер квартири: _____ Поштовий індекс: <u>19635</u> Контактні телефони: _____ Електронна адреса: <u>kovtyn1957@ukr.net</u>
5	Найменування контролюючого органу, до якого подається декларація: <u>ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ЧЕРКАСЬКА ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ (ЧЕРКАСЬКИЙ Р-Н)</u>
6	Резидентський статус платника податку <input checked="" type="checkbox"/> резидент <input type="checkbox"/> нерезидент
7	Декларація заповнена: <input checked="" type="checkbox"/> самостійно платником податку <input type="checkbox"/> уповноваженою на це особою
8	Категорія платника: громадянин <input type="checkbox"/> особа, яка заявляє право на податкову знижку <input type="checkbox"/> особа, яка провадить незалежну професійну діяльність/члени фермерського господарства <input type="checkbox"/> підприємець <input checked="" type="checkbox"/> особа, стосовно якої проведено ресстрацію припинення підприємницької або незалежної - професійної діяльності / втрачено статус члена фермерського господарства або закінчено термін дії договору про добровільну участь протягом звітного року / особа, яка виїжджає за кордон на постійне місце проживання: <input type="text"/>

Інформація про особу, уповноважену на заповнення декларації

--	--

Прізвище, ім'я, по батькові уповноваженої особи: _____						
9	Ресстраційний номер облікової картки платника податків _____					
або серія та/або номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття ресстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)						
Код рядка	II. ДОХОДИ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ЗАГАЛЬНОГО РІЧНОГО ОПОДАТКОВУВАННЯ ДОХОДУ	Сума доходів (грн, коп.)	Сума податку/збору (грн, коп.)			
			утриманого (сплаченого) податковим агентом		що підлягає сплаті самостійно	
			податок на доходи фізичних осіб	військовий збір	податок на доходи фізичних осіб	військовий збір
1	2	3	4	5	6	7
10	Загальна сума доходів, які включаються до загального річного оподатковуваного доходу, в тому числі (рядок 10.1 + рядок 10.2 + рядок 10.3 + рядок 10.4 + рядок 10.5 + рядок 10.6 + рядок 10.7 + рядок 10.8 + рядок 10.9 + рядок 10.10 + рядок 10.11 + рядок 10.12 + рядок 10.13 + рядок 10.14 + рядок 10.15):	2316769.59	0	0	417018.53	34751.54
10.1	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) у формі заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат, які нараховані (виплачені, надані) відповідно до умов трудового договору (контракту)					
10.2	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) у формі винагород та інших виплат відповідно до умов цивільно-правового характеру					
10.3	Дохід, нарахований (виплачений, наданий) спеціалісту резидента Дія Сіті у вигляді заробітної плати чи винагороди, що нараховується (виплачується, надається) платнику податку у зв'язку з трудовими відносинами чи у зв'язку з виконанням гіг-контракту					
10.4	Дохід, отриманий у вигляді дивідендів, крім сум дивідендів по акціях та/або інвестиційних сертифікатах, корпоративних правах, нарахованих нерезидентами, та дивідендів, що не включаються до розрахунку загального місячного (річного) оподатковуваного доходу					
10.5	Доходи від операцій з продажу (обміну) об'єктів рухомого та/або нерухомого майна (додаток Ф4)					
10.6	Дохід від надання майна в лізинг, оренду (суборенду, емфітевізис), житловий найм (піднайм)», у тому числі:					
10.6.1	дохід, отриманий від фізичної особи - платника податку (орендаря), який не є податковим агентом, за оренду (суборенду, емфітевізис) земельних ділянок, земельних часток (паїв), виділених або не виділених у naturі (на місцевості)		X	X		
10.7	Доходи, отримані від продажу власної сільськогосподарської продукції, що вирощена, відгодована, виловлена, зібрана, виготовлена, вироблена, оброблена та/або перероблена безпосередньо фізичною особою на земельних ділянках, перелік яких визначений пунктом 165.1.24 пункту 165.1 статті 165 розділу IV Податкового кодексу України, та які підлягають оподаткуванню					
10.8	Інвестиційний прибуток (додаток Ф1)					
10.9	Вартість успадкованого чи отриманого у дарунок майна					
10.10	Доходи, отримані з джерел за межами України ⁷		X	X		
10.11	Чистий оподатковуваний дохід, отриманий фізичною особою - підприємцем від провадження господарської діяльності, крім осіб, що обрали спрощену систему оподаткування (додаток Ф2)	2316769.59	X	X	417018.53	34751.54
10.12	Чистий оподатковуваний дохід, отриманий фізичною особою, яка провадить незалежну професійну діяльність (додаток Ф2)	0	X	X	0	0
10.13	Інші доходи, у тому числі:					
10.13.1	у вигляді додаткового блага (прощений (анульований) борг за кредитом, що отриманий на придбання житла (іпотечний кредит))					
10.14	Частина прибутку контрольованої іноземної компанії (додаток(и))		X	X		

	КПК) ⁸					
10.15	Доходи, отримані у зв'язку з розподілом прибутку або його частини утворення без статусу юридичної особи, створене на підставі правочину або зареєстроване відповідно до законодавства іноземної держави (території) без створення юридичної особи (партнерство, траст, фонд), яке не є контрольованою іноземною компанією та відповідає вимогам підпункту 170.11.1 пункту 170.11 статті 170 розділу IV Податкового кодексу України		X	X		
* Назва країни, з якої отримано іноземні доходи, та назва валюти.						
Код рядка	III. ДОХОДИ, ЯКІ НЕ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ЗАГАЛЬНОГО РІЧНОГО ОПОДАТКОВУВАНОВОГО ДОХОДУ					Сума доходів (грн, коп.)
11	Доходи, які не включаються до розрахунку загального річного оподаткованого доходу, у тому числі: (рядок 11.1 + рядок 11.2 + рядок 11.3)					0
11.1	Доходи, отримані від провадження господарської діяльності за спрощеною системою оподаткування протягом звітного (податкового) року					
11.2	Доходи від операцій з продажу (обміну) об'єктів рухомого та/або нерухомого майна (додаток Ф 4)					
11.3	Інші доходи, що не підлягають оподаткуванню					
Код рядка	IV. ЗАГАЛЬНА СУМА РІЧНОГО ДОХОДУ					Сума доходів (грн, коп.)
12	Загальна сума річного доходу (рядок 10 + рядок 11)					2316769.59
Код рядка	V. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ / ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ					Сума (грн, коп.)
13	Загальна сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб (графа 6 рядка 10)					417018.53
14	Сума позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок (графа 3 рядка 03 розділу II додатку МПЗ)					
15	Сума податку на доходи фізичних осіб позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок, сплаченого за місцезнаходженням земельної(х) ділянки(ок), відмінним від податкової адреси платника податку					
16	Сума податку, на яку зменшуються податкові зобов'язання з податку на доходи фізичних осіб у зв'язку з використанням права на податкову знижку (рядок 10 та/або рядок 19 додатка Ф3)					
17	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає поверненню у разі невчинення нотаріальної дії щодо посвідчення договору купівлі-продажу, міні об'єкта нерухомості відповідно до пункту 172.6 статті 172 розділу IV Податкового кодексу України					
18	Сума податків, сплачених за кордоном, на яку зменшується сума річного податкового зобов'язання згідно з підпунктом 170.11.2 пункту 170.11 статті 170 розділу IV Податкового кодексу України (але не більше ніж значення рядка 13)					
19	Сума податку з доходів, отриманих від фізичної особи - платника податку (орендаря), який не є податковим агентом, за оренду (суборенду, емфітеузис) земельних ділянок, земельних часток (паїв), виділених або не виділених у натурі (на місцевості), які розташовані за місцезнаходженням, відмінним від податкової адреси платника податку (орендодавця) (графа 6 рядка 10.6.1)					0
20	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:					X
20.1	Сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податків за результатами звітного (податкового) року (додатне значення (рядок 13 – рядок 16 – рядок 17 – рядок 18 – рядок 19))					417018.53
20.2	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає поверненню з бюджету за результатами звітного (податкового) року (від'ємне значення (від'ємне значення (рядок 13 – рядок 16 – рядок 17 – рядок 18) (значення вказується без знака «-»))					
20.3	Сума податку на доходи фізичних осіб у вигляді мінімального податкового зобов'язання, що підлягає сплаті фізичними особами, які здійснюють підприємницьку діяльність за результатами звітного (податкового) року (додатне значення (рядок 14 - рядок 15)					
21	Розрахунки з бюджетом із військового збору:					X
21.1	Сума податкових зобов'язань з військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податків за результатами звітного (податкового) року (графа 7 рядка 10)					34751.54
22	Розрахунки з єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування					X
22.1	Сума зобов'язань з єдиного внеску, що підлягає обов'язковій сплаті самостійно визначену платником податків за результатами звітного (податкового) року (графа 6 рядка Усього додатку ССВ1)					
Код рядка	VI. РОЗРАХУНОК ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З ВИПРАВЛЕННЯМ САМОСТІЙНО ВИЯВЛЕНИХ ПОМИЛОК У ПОПЕРЕДНІХ ЗВІТНИХ ПЕРІОДАХ	Сума (грн, коп.)				
		Мінімальне податкове зобов'язання	єдиний соціальний внесок	податок на доходи фізичних осіб	військовий збір	
23	Сума податку та/або збору, які підлягали перерахуванню до бюджету або поверненню, за даними звітного (податкового) періоду, в якому виявлена помилка					
24	Уточнені суми податкових зобов'язань або сума до повернення за звітний					

	(податковий) період, у якому виявлена помилка				
25	Розрахунки у зв'язку з виправленням помилки:	X			
25.1	Збільшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету (рядок 24 - рядок 23, якщо рядок 24 > рядка 23)	0	0	0	0
25.2	Зменшення суми, яка підлягала перерахуванню до бюджету ((рядок 24 - рядок 23, якщо рядок 24 < рядка 23)) (значення вказується без знака "-")	0	0	0	0
26	Сума штрафу, яка нарахована платником податку самостійно у зв'язку з виправленням помилки, _____ % (рядок 25.1 x 3 або 5%)		X		
	за заниження податкового зобов'язання				
27	Сума пені, яка нарахована платником податку самостійно відповідно до статті 129 ПКУ або статті 25 Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування"				

VII. Реквізити банківського рахунку або небанківського надавача платіжних послуг для перерахування коштів у разі повернення надміру утриманих (сплачених) сум податку під час застосування права на податкову знижку:

Номер рахунку:	_____
Найменування банку:	_____
Ідентифікаційний код банку або небанківського надавача платіжних послуг:	_____

VIII. ВІДОМОСТІ ПРО ВЛАСНЕ НЕРУХОМОЕ (РУХОМОЕ) МАЙНО ТА/АБО МАЙНО, ЯКЕ НАДАЄТЬСЯ В ОРЕНДУ (СУБОРЕНДУ)

Код рядка	Категорії об'єктів**	Місцезнаходження об'єкта нерухомого майна (країна, адреса)	Рік набуття у власність/ рік випуску (для рухомого майна)	Загальна площа нерухомого майна (кв. м)	Частка в загальній площі нерухомого майна	Відмітка про надання майна в оренду (суборенду), житловий найм (піднайм)
		або марка (модель) рухомого майна				
1	2	3	4	5	6	7
1	2	УКРАЇНА, ЧЕРКАСЬКА ОБЛ., ЧЕРКАСЬКИЙ РАЙОН, С. БІЛОЗІР'Я, вул.Папаніна-Ткаченка, буд.23	1976	100	1	-
2	8	DAF XF480FT	2019	-	-	-
3	8	SCANIA R450	2015	-	-	-
4	8	SCANIA 410	2014	-	-	-
5	8	MAN TGA 18.440	2007	-	-	-
6	8	DAF FT CF85.360	2008	-	-	-
7	8	DAF FT CF85.410	2006	-	-	-
8	8	MAN TGA 18.430	2005	-	-	-
9	8	VOLVO FH	2011	-	-	-
10	8	MAN TGX 18.440	2013	-	-	-
11	8	TGX 18.480 MAN	2014	-	-	-
12	8	DAF CF85.410	2006	-	-	-
13	8	MAN TGX 18.480	2012	-	-	-
14	8	DAF FT XF 106.460	2015	-	-	-
15	8	DAF XF480FT	2022	-	-	-
16	8	SCANIA R 450	2017	-	-	-
17	8	DAF XF450FT	2017	-	-	-
18	8	DAF XF440FT	2017	-	-	-
19	8	SCANIA R410	2016	-	-	-
20	13	SCHMITZ CARGOBULL	2019	-	-	-
21	13	SCHMITZ SCS24L	2013	-	-	-
22	13	SCHMITZ S01	2004	-	-	-
23	13	CONVECS SPL 27	1998	-	-	-
24	13	KRONE SD	2011	-	-	-
25	13	KOEGEL SN	2002	-	-	-
26	13	SCHWARTZMULLER SPA-3E	2011	-	-	-
27	13	SCHMITZ SCS 24/L-13	2022	-	-	-
28	13	SCHMITZ SCS24	2008	-	-	-
29	13	SCHMITZ S01	2008	-	-	-
30	13	SCHMITZ SPR 24L	2012	-	-	-
31	13	MA3 975830-3012	2006	-	-	-
32	13	KAESSBOHRER XS	2008	-	-	-
33	13	KOEGEL SN 24	2021	-	-	-
34	13	SCHMITZ SPR 24	1987	-	-	-
35	13	KRONE SD	2018	-	-	-
36	13	SCHMITZ SCS 24L	2023	-	-	-

39	7	Mercedes-Benz Sprinter 212 D	1998	-	-	-
----	---	------------------------------	------	---	---	---

**** КАТЕГОРІЇ ОБ'ЄКТІВ :**

1 – земельні ділянки; 2 – житлові будинки; 3 – квартири; 4 – садові (дачні) будинки; 5 – гаражі; 6 – водойми; 7- автомобілі легкові; 8 – автомобілі вантажні (спеціальні); 9 – водні транспортні засоби; 10 – повітряні судна; 11 – мотоцикли (мопеди); 12 – земельні ділянки, віднесені до сільськогосподарських угідь; 13 – інше нерухоме (рухоме) майно.

Доповнення до податкової декларації (заповнюється і подається відповідно до пункту 46.4 статті 46 розділу II ПКУ)		Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	
1	-	
Доповнення до податкової декларації довільної форми (подається відповідно до підпункту "д" підпункту 164.2.17 пункту 164.2 статті 164 розділу IV ПКУ)		Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	
1	-	
Доповнення до податкової декларації довільної форми (заповнюється і подається відповідно до підпункту 166.2.2 пункту 166.2 статті 166, пунктів 170.13, 170.13; статті 170 та пункту 176.1 статті 176 розділу IV ПКУ)		Кількість додатків
№ з/п	Зміст доповнення	
1	-	

Додатки до декларації (потрібне зазначити):

Ф 1 Ф 2 Ф 3 Ф 4 КККs МПЗ ЄСВ1 ЄСВ2⁹ ЄСВ3⁹

Дата подання декларації:

Інформація, наведена в декларації, додатках і доповненнях до декларації, є достовірною.

Фізична особа - платник податку

або уповноважена особа

(підпис)

Надія Ковтун

(власне ім'я та прізвище)

¹ Заповнюється у разі подання додатку ЄСВ 1 з позначкою "призначення пенсії" або "призначення матеріального забезпечення, страхових виплат", або додатку ЄСВ2 або додатку ЄСВ 3

² Заповнюється у разі подання фізичною особою, стосовно якої проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням або яка припиняє незалежну професійну діяльність, або якою втрачено статус члена фермерського господарства згідно із реєстром страхувальників, або у якій закінчено строк дії договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або яка за результатами проведеної документальної перевірки збільшує або зменшує зобов'язання з єдиного внеску, та зазначається арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця та у рядку 2 заголовної частини декларації рік, в якому проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності або подано заяву про припинення незалежної професійної діяльності, або подано заяву про зняття з обліку платника єдиного внеску, або закінчено дію договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або в якому подається така декларація у випадку збільшення або зменшення сум зобов'язань по єдиному внеску за результатами проведеної документальної перевірки. Також заповнюється особами, які зазначили тип форми "призначення пенсії" або "призначення матеріального забезпечення, страхових виплат" у додатку ЄСВ1, та зазначається арабськими цифрами від 1 до 12 номер календарного місяця та у рядку 2 заголовної частини декларації рік, в якому подається декларація.

³ Заповнюється у разі подання декларації з позначкою "уточнююча" та зазначається реєстраційний номер документа, який уточнюється, (за наявності інформації)

⁴ Заповнюється за бажанням платника податку.

⁵ Заповнюється у разі подання фізичною особою, стосовно якої проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням або яка припиняє незалежну професійну діяльність, або якою втрачено статус члена фермерського господарства згідно із реєстром страхувальників, або у якій закінчено строк дії договору про добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування, або особою, яка виїжджає за кордон на постійне місце проживання, та подає у поточному році до контролюючого органу податкову декларацію відповідно до пункту 179.3 статті 179 розділу IV Податкового кодексу України

⁶ У разі отримання таких доходів заповнюється графа 7 розділу відомостей про власне нерухоме (рухоме) майно та/або майно, яке надається в оренду (суборенду).

⁷ Перераховуються у гривні за валютним курсом Національного банку України, що діє на момент нарахування (отримання) таких доходів.

⁸ Заповнюється відповідно до пунктів 170.13, 170.13; статті 170 розділу IV Податкового кодексу України та проставляється кількість поданих додатків "ККК" за їх наявності.

⁹ Значається кількість додатків, оскільки до декларації може бути подано кілька розрахунків сум добровільних внесків, передбачених договором про добровільну участь, або збільшення або зменшення сум зобов'язань з єдиного внеску за результатами проведеної документальної перевірки

Ця частина декларації заповнюється посадовими особами контролюючого органу	
<input type="checkbox"/>	Відмітка про внесення даних до електронної бази податкової звітності "___" _____ 20__ року (посадова особа контролюючого органу (підпис, ініціали та прізвище))
За результатами камеральної перевірки декларації (потрібне позначити):	
<input type="checkbox"/>	порушень (помилек) не виявлено <input type="checkbox"/> складено акт від "___" _____ 20__ року № _____

Відмітка про одержання (штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)

Додаток Ф2

до податкової декларації про майновий стан і доходи

РОЗРАХУНОК

податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб та/або військового збору з доходів, отриманих самозайнятою особою

Ресстраційний номер облікової картки платника податків	2092525101	
або серія (за наявності) та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття ресстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)		
Тип декларації:	Звітний (податковий) період:	Звітний (податковий) період, що уточнюється:
<input checked="" type="checkbox"/> Звітна <input type="checkbox"/> Звітна нова <input type="checkbox"/> Уточнююча	<input type="text" value="2023"/> рік	<input type="text"/> рік
<input type="text"/> місяць		<input type="text"/> місяць

I. ДОХОДИ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Назва виду економічної діяльності, за здійснення якого одержано дохід (крім доходів від виробництва власної сільськогосподарської продукції)	Код виду економічної діяльності згідно з КВЕД (крім доходів від виробництва власної сільськогосподарської продукції)	Сума одержаного доходу (грн, коп.)	Вартість документально підтверджених витрат, пов'язаних з господарською діяльністю (грн, коп.), у тому числі				Сума чистого сподаткованого доходу (графа 4 – графа 5 – графа 6 – графа 7 – графа 8) (грн, коп.)
				вартість придбаних товарно-матеріальних цінностей, реалізованих або використаних у виробництві продукції	витрати на оплату праці та нарахування на заробітну плату	інші витрати, зокрема витрати, що пов'язані з веденням господарської діяльності та суми податків, зборів, пов'язаних з проведенням господарської діяльності	амортизаційні відрахування	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Вантажний автомобільний транспорт	49.41	17971359.57	13539886.15	1544175.33	570528.5	-	2316769.59
Усього			17971359.57	13539886.15	1544175.33	570528.5	0	2316769.59

II. Інформація щодо нарахованої амортизації

Код рядка	Номер групи	Вартість об'єкта основних засобів та/або нематеріальних активів		Розрахована сума амортизаційних відрахувань за звітний (податковий) період відповідно до підпункту 177.4.9 пункту 177.4 статті 177 розділу IV ПКУ
		на початок звітного (податкового) періоду	на кінець звітного (податкового) періоду	
1	2	3	4	5
A1	1			
A2	2			
A3	3			
A4	4			
УСЬОГО				0

Код рядка	III. ПОДАТКОВІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ТА/АБО ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ	Сума (грн, коп.)
1	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:	x
1.1	Розрахована сума податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб за результатами звітного (податкового) року, що підлягає сплаті до бюджету (додатне значення графи 9 рядка "УСЬОГО" розділу I x на ставку податку (18%))	417018.53
1.2	Сума податку на доходи фізичних осіб, самостійно нарахована платником податку протягом звітного (податкового) року за результатами останнього базового (звітного) періоду, у тому числі у разі припинення підприємницької	

	діяльності фізичної особи - підприємця протягом звітного (податкового) року	
1.3	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (рядок 1.1 - рядок 1.2) (сума переноситься до графи 6 рядка 10.11 декларації)	417018.
2	Розрахунки з бюджетом з військового збору:	x
2.1	Розрахована сума податкових зобов'язань з військового збору за результатами звітного (податкового) року, що підлягає сплаті до бюджету (додатне значення графи 9 рядка "УСЬОГО" розділу I x на ставку збору (1,5%))	34751.
2.2	Сума військового збору, самостійно нарахована платником податку протягом звітного (податкового) року за результатами останнього базового (звітного) періоду, у тому числі у разі припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця протягом звітного (податкового) року 2	
2.3	Сума військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (рядок 2.1 - рядок 2.2) (сума переноситься до графи 7 рядка 10.11 декларації)	34751.

IV. ДОХОДИ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Категорія незалежної професійної діяльності*	Назва виду економічної діяльності, за здійснення якого одержано дохід	Код виду економічної діяльності згідно з КВЕД	Сума одержаного доходу (грн, коп.)	Вартість документально підтверджених витрат, необхідних для провадження незалежної професійної діяльності (грн, коп.), у тому числі			Сума чистого оподаткованого доходу (графі 6 - графа 8) (грн, коп.)
					вартість придбаних цінностей для використання під час провадження незалежної професійної діяльності	витрати на оплату праці та нарахування на заробітну плату	інші витрати, включаючи вартість виконаних робіт, наданих послуг	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	-	-	-	-	-	-	-	0
Усього				0	0	0	0	

* Категорія незалежної професійної діяльності: 1 – приватний нотаріус; 2 – адвокат; 3 – арбітражний керуючий (розпорядник майна, керуючий санацією, ліквідатор); 4 – приватний виконавець; 5 – судовий експерт; 6 – аудитор; 7 – бухгалтер; 8 – оцінщик; 9 – інженер; 10 – архітектор; 11 – особа, зайнята релігійною (місіонерською) діяльністю; 12 – науковий, літературний, артистичний, художній, освітній або викладацький діяч; 13 – лікар; 14 – інша діяльність.

Код рядка	V. РОЗРАХУНОК ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ	Сума (грн, коп.)
3	Розрахунки з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб:	x
3.1	Сума податку на доходи фізичних осіб, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (додатне значення графи 9 рядка "УСЬОГО" розділу IV x на ставку податку (18%)) (сума переноситься до графи 6 рядка 10.12 декларації)	
4	Розрахунки з бюджетом з військового збору:	x
4.1	Сума військового збору, що підлягає сплаті до бюджету самостійно платником податку за результатами звітного (податкового) року (додатне значення графи 9 рядка "УСЬОГО" розділу IV x на ставку збору (1,5%)) (сума переноситься до графи 7 рядка 10.12 декларації)	

1 Заповнюється для фізичних осіб - підприємців, які припинили підприємницьку діяльність протягом звітного (податкового) року та подали декларацію відповідно до абзацу другого пункту 177.11 ст. 177 розділу IV Податкового кодексу України.

Фізична особа - платник податку
або уповноважена особа

(підпис)

Надія Ковтун

(власне ім'я та прізвище)