

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Кафедра економіки та підприємництва
імені професора І.М. Брюховецького**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Другий (магістерський) рівень вищої освіти

**на тему: Економічне обґрунтування розширення
торговельного потенціалу підприємства**

Виконав:

Забара Дмитро Васильович

здобувач вищої освіти за спеціальністю
076 «Підприємництво та торгівля»

Керівник:

Ковбаса Олександр Миколайович

к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва імені
професора І.М. Брюховецького

Рецензент:

Суми - 2024

СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	Економіки і менеджменту
Кафедра	Кафедра економіки та підприємництва імені професора І.М. Брюховецького
Освітній ступінь	другий (магістерський) рівень вищої освіти
Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля»

Затверджую:

Завідувач кафедри _____
(посада, ПІБ)

«_____» «_____» 20____ р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧЕВІ

Забарі Дмитру Васильовичу

1. **Тема роботи:** Економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства
2. **База практичного дослідження:** ТОВ «Енерго синтез» м. Суми

керівник роботи **Ковбаса Олександр Миколайович**, кандидат економічних наук, доцент

затверджена наказом по університету від «_____» _____ 2024 р. № _____

3. **Строк подання студентом закінченого проекту (роботи)** «_____» _____ 2024 р.

4. **Вихідні дані до проекту (роботи):**

первинні та зведені документи, реєстри синтетичного та аналітичного обліку, статутні та установчі документи, фінансова, статистична звітність досліджуваного підприємства, законодавчо - нормативні акти з питань діяльності суб'єктів господарювання, монографії, фахові наукові статті та доповіді на міжнародних науково-практичних конференціях з питань розвитку торговельного потенціалу підприємства

5. **Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):**

- дослідити теоретико-методичні аспекти розширення торговельного потенціалу підприємства,
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «Енерго синтез»,
- провести аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання,
- здійснити оцінку конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку,
- розробити стратегію розширення торговельного потенціалу підприємства,
- розробити комплекс заходів щодо реалізації стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства,
- провести економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства,
- сформулювати висновки.

6. Дата видачі завдання: «___» _____ 20__ р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення об'єкту, предмету дослідження, формулювання мети та задач кваліфікаційної роботи, складання плану	Вересень 2023	виконано
2	Підбір та вивчення літературних джерел, законодавчої та нормативної бази	Жовтень 2023	виконано
3	Узагальнення теоретичного матеріалу з обраної теми дослідження та представлення чорнового варіанту першого розділу кваліфікаційної роботи	Листопад 2023	виконано
4	Збір та обробка фактичного матеріалу, узагальнення аналізу застосування досліджуваного питання на базі практики (фахове стажування та переддипломна практика)	Березень 2024	виконано
5	Оформлення теоретичної частини кваліфікаційної роботи, узагальнення аналітичної частини, захист звіту по переддипломній практиці	Березень-Квітень 2024	виконано
6	Проектування напрямів вдосконалення досліджуваної проблеми	Травень 2024	виконано
7	Завершення проектної частини кваліфікаційної роботи та подання попереднього варіанту третього розділу керівнику	Липень - Вересень 2024	виконано
8	Доопрацювання аналітичного і проектного розділів кваліфікаційної роботи	Жовтень 2024	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи, та її подання на попередній захист та рецензування	Листопад 2024	виконано
10	Перевірка кваліфікаційної роботи на автентичність (подання роботи для перевірки на плагіат на кафедрі, до відділу якості освіти)	Грудень 2024	виконано
11	Подання закінченої роботи та документів до неї до деканату	Грудень 2024	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи	Грудень 2024	виконано

Здобувач _____
(підпис)

Д.В. Забара

Керівник роботи _____
(підпис)

О.М. Ковбаса

Перевірку на автентичність проведено.

Н.М. Баранік

Дипломна робота допущена до захисту

(підпис)
С.М. Лукаш

АНОТАЦІЯ

Забара Д.В. Економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства

Кваліфікаційна робота зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля», СНАУ, Суми-2024 р. – Рукопис.

В кваліфікаційній роботі досліджено питання розширення торговельного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. Досліджено теоретико-методичні аспекти розширення торговельного потенціалу підприємства; проведено аналіз торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез»; розроблено напрями розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» та здійснено їх економічне обґрунтування.

У роботі здійснено деталізований аналіз торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез», досліджено показники фінансових результатів господарювання, проведено аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання, здійснена оцінка конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку. Встановлено, що найсильнішими конкурентними перевагами підприємства є широкий асортимент товарів та послуг, висока якість послуг та високий рівень задоволеності клієнтів. Найнижчі оцінки підприємство отримало за імідж та маркетингові комунікації, що вказує на слабкі місця в системі управління торговельним потенціалом. Середні показники демонструє цінова політика та програми лояльності, що свідчить про наявність потенціалу для вдосконалення в цих напрямках.

Запропоновано напрями розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» та їх економічне обґрунтування. Здійснено розробку стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства та комплексу заходів щодо реалізації стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства, здійснено економічне обґрунтування доцільності запропонованих заходів. Комплексний підхід включає модернізацію виробництва, розширення географії діяльності, впровадження інновацій та посилення клієнтоорієнтованості, дозволить досягти запланованого підвищення торговельного потенціалу на 26,1%. Найбільше зростання очікується у сферах, які безпосередньо впливають на ринкову позицію підприємства - маркетинг, імідж та взаємодія з клієнтами, що свідчить про правильність обраної стратегії розвитку.

Отримані результати свідчать про успішність комплексу практичних заходів з розширення торговельного потенціалу: поступове нарощування фінансових надходжень, контрольоване збільшення витрат та вихід на позитивний кумулятивний грошовий потік підтверджують економічну ефективність запропонованої стратегії розвитку ТОВ «Енерго Синтез».

Ключові слова: торгівля, підприємництво, конкуренція, конкурентоспроможність, стратегія, потенціал, бренд, маркетинг, ринок, сегментування, ефективність інвестицій, окупність інвестицій, економічний ефект, імітаційне моделювання, фінансові показники.

SUMMARY

Zabara D.V. Economic substantiation of expanding the trade potential of the enterprise

Qualification work in the specialty 076 “Entrepreneurship and Trade”, SNAU, Sumy-2024 - Manuscript.

The qualification work investigates the issue of expanding the trade potential of the enterprise in modern economic conditions. The theoretical and methodological aspects of expanding the trade potential of the enterprise are investigated; the analysis of the trade potential of Energo Synthesis LLC is carried out; directions for expanding the trade potential of Energo Synthesis LLC are developed and their economic justification is carried out.

The article provides a detailed analysis of the trade potential of “Energo Synthesis” LLC, studies the indicators of financial results of economic activity, analyzes the trade potential of the enterprise and the efficiency of its use, assesses the competitive environment and positioning of the enterprise in the market. It is established that the strongest competitive advantages of the enterprise are a wide range of goods and services, high quality of services and high level of customer satisfaction. The company received the lowest scores for image and marketing communications, which indicates weaknesses in the system of trade potential management. The average indicators are demonstrated by the pricing policy and loyalty programs, which indicates the potential for improvement in these areas.

Directions for expanding the trade potential of Energo Synthesis LLC and their economic justification are proposed. A strategy for expanding the trade potential of the enterprise and a set of measures to implement the strategy for expanding the trade potential of the enterprise have been developed, and an economic justification for the feasibility of the proposed measures has been carried out. An integrated approach, including modernization of production, expansion of geography, introduction of innovations and strengthening of customer focus, will allow achieving the planned increase in trade potential by 26.1%. The largest growth is expected in the areas that directly affect the company's market position, such as marketing, image and customer relations, which indicates that the development strategy is correct.

The obtained results indicate the success of a set of practical measures to expand the trade potential: a gradual increase in financial income, a controlled increase in expenses and a positive cumulative cash flow confirm the economic efficiency of the proposed development strategy of Energo Synthes LLC.

Keywords: trade, entrepreneurship, competition, competitiveness, strategy, potential, brand, marketing, market, segmentation, investment efficiency, return on investment, economic effect, simulation modeling, financial indicators.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 Теоретико-методичні аспекти розширення торговельного потенціалу підприємства	10
РОЗДІЛ 2 Аналіз торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез»	20
2.1 Організаційно - економічна характеристика підприємства	20
2.2 Аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання	28
2.3 Оцінка конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку	36
РОЗДІЛ 3 Напрями розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» та їх економічне обґрунтування	41
3.1 Розробка стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства	41
3.2 Розробка комплексу заходів щодо реалізації стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства	46
3.3 Економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства	54
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	70
Додаток А Апробація наукових результатів	
Додаток Б Фінансова звітність ТОВ «За Мир»	

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних динамічних ринкових умовах забезпечення ефективного розвитку підприємства безпосередньо пов'язане з його здатністю розширювати та вдосконалювати торговельний потенціал. Актуальність наукового дослідження в цьому напрямку зумовлена низкою визначальних факторів, що впливають на конкурентоспроможність та стратегічну стійкість суб'єктів господарювання.

Передусім, посилення глобалізаційних процесів та інтеграція вітчизняних підприємств у світовий економічний простір вимагають принципово нових підходів до формування та нарощення торговельного потенціалу. Ринкове середовище характеризується високою динамічністю, постійними змінами споживчого попиту, технологічними трансформаціями та загостренням конкурентної боротьби, що об'єктивно потребує від підприємств гнучкості, адаптивності та спроможності швидко реагувати на зовнішні виклики.

Важливим аспектом актуальності дослідження є необхідність комплексного підходу до оцінки та розширення торговельного потенціалу, який охоплює не лише кількісні показники, але й враховує якісні характеристики: рівень інноваційності, маркетингову стратегію, канали збуту, логістичні можливості, кадровий потенціал та інформаційно-комунікаційне забезпечення. Сучасні науково-практичні дослідження також спрямовані на розроблення методологічних засад діагностики торговельного потенціалу, що дозволить підприємствам здійснювати об'єктивну оцінку власних можливостей та резервів.

Вагомий внесок у дослідження питань обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства зробили такі вчені, як: Baldwin R., Ito T. [1], На Л.Т. [2], Викричак М.М. [9], Гурочкіна В.В., Менчинська О.М. [11], Діденко Є. О., Чумак О. В. [14], Іполітова І.Я. [19], Кащена Н.Б. [20], Осташко Т.О. [22], Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. [24], Сокол П.М., Хамініч С.Ю. [26], Цурська Б. Г., Бухта С. В. [31] та інші. Однак далеко не всі теоретичні аспекти

обраної теми повністю розкриті, часто вони не адаптовані до специфіки сьогодення.

Мета і завдання дослідження. Мета полягає в економічній оцінці ефективності та розробці комплексу заходів по розширенню торговельного потенціалу підприємства.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- дослідити теоретико-методичні аспекти розширення торговельного потенціалу підприємства,
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «Енерго синтез»,
- провести аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання,
- здійснити оцінку конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку,
- розробити стратегію розширення торговельного потенціалу підприємства,
- розробити комплекс заходів щодо реалізації стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства,
- провести економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства.

Об'єктом дослідження є процес розширення торговельного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання та його економічне обґрунтування.

Предметом дослідження є особливості розширення торговельного потенціалу в ТОВ «Енерго синтез» та його економічне обґрунтування.

Елементами наукової новизни одержаних результатів роботи є наукове обґрунтування пропозицій по розширенню торговельного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання, які спрямовані на впровадження інновацій, посилення клієнтоорієнтованості, підвищення конкурентоспроможності та безпосередньо впливають на ринкову позицію підприємства - маркетинг, імідж та взаємодію з клієнтами.

Практичне значення одержаних результатів полягає у забезпеченні підприємства ефективними інструментами та методиками по розширенню власного торговельного потенціалу. Отримані результати свідчать про успішність комплексу практичних заходів: відбувається поступове нарощування фінансових надходжень, а контрольоване збільшення витрат та вихід на позитивний кумулятивний грошовий потік підтверджують економічну ефективність запропонованої стратегії розвитку ТОВ «Енерго Синтез», що дозволить підприємству досягти запланованого підвищення конкурентоспроможності.

При написанні кваліфікаційної роботи використовувались такі **методи дослідження**: аналіз, порівняння, абстрагування, моделювання, спостереження, економічний аналіз тощо.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Положення кваліфікаційної роботи доповідалися автором на 2-х науково-практичних конференціях, які було опубліковано у матеріалах науково-практичних конференцій:

1. Забара Д.В. Механізми розширення торговельного потенціалу підприємства. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку» (17-18 квітня 2024 р.). Суми, 2024. С. 265-268.

2. Забара Д.В., Максименко Д.В. Розширення асортименту продукції як інструмент підвищення торговельного потенціалу підприємства. Збірник тез доповідей Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента (18-22 листопада 2024 р.). Суми, 2024. С. 445.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 35 найменувань. Основний текст викладений на 65 сторінках комп'ютерного тексту, робота містить 31 таблицю, 5 рисунків та 2 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗШИРЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Торговельний потенціал підприємства є складною економічною категорією, що відображає сукупні можливості суб'єкта господарювання щодо здійснення торговельної діяльності та досягнення стратегічних цілей на ринку. Його сутність полягає в інтегральній характеристиці спроможності підприємства генерувати, нарощувати та трансформувати наявні торговельні ресурси для забезпечення конкурентних переваг.

Як зазначає Викричак М.М., структура торговельного потенціалу включає взаємопов'язані компоненти: ресурсний, функціональний та результативний складники. Ресурсний компонент охоплює матеріально-технічні, фінансові, інформаційні та людські ресурси, які створюють передумови для ефективної торговельної діяльності. Функціональний складник характеризує здатність підприємства реалізовувати торговельні процеси, включаючи механізми закупівлі, збуту, логістики та маркетингу. Результативний компонент визначає спроможність перетворювати наявні ресурси на кінцеві економічні результати через показники прибутковості, рентабельності та конкурентоспроможності [9, с. 24].

Формування торговельного потенціалу відбувається під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, серед яких: кон'юнктура ринку, рівень конкуренції, державне регулювання, технологічні зміни, фінансово-економічна стабільність підприємства, управлінська спроможність керівництва. Динамічність цих факторів обумовлює необхідність постійного моніторингу та адаптації торговельного потенціалу до мінливих ринкових умов [9, с. 25-26].

Ключовою особливістю торговельного потенціалу є його здатність до саморозвитку та нарощування через впровадження інновацій, оптимізацію бізнес-процесів, підвищення кваліфікації персоналу та застосування сучасних

маркетингових стратегій. Це дозволяє підприємству не лише утримувати конкурентні позиції, але й формувати випереджальні конкурентні переваги на ринку.

Методологія оцінки торговельного потенціалу підприємства являє собою комплексний підхід, що передбачає системне дослідження та діагностику сукупних можливостей суб'єкта господарювання в торговельній сфері. Основною метою методології є формування об'єктивної та всебічної оцінки спроможності підприємства досягати стратегічних цілей через ефективне використання наявних ресурсів та адаптацію до ринкового середовища.

Методологічний інструментарій, як зазначає Вербівська Л., включає низку взаємопов'язаних методів та прийомів діагностики, серед яких провідне місце займають економіко-статистичні, експертні та економетричні методи. Зокрема, використовуються методи порівняльного аналізу, економічного моделювання, що дозволяють здійснити комплексну оцінку торговельного потенціалу з урахуванням внутрішніх та зовнішніх детермінант впливу [8, с. 79-80].

Методологія передбачає використання спеціальних індикаторів та показників, що характеризують різні аспекти торговельного потенціалу: економічну ефективність, конкурентоспроможність, адаптивність до ринкових змін. Інтегральна оцінка здійснюється шляхом розрахунку узагальнюючих коефіцієнтів, що дозволяють не лише діагностувати поточний стан, але й прогнозувати перспективи розвитку підприємства.

Осташко Т.О. зазначає, що стратегічні напрямки розширення торговельного потенціалу підприємства є комплексною системою заходів, спрямованих на підвищення ефективності та конкурентоспроможності в умовах динамічного ринкового середовища. Ключовим концептуальним підходом є диверсифікація торговельної діяльності, що передбачає освоєння нових ринкових ніш, розширення асортиментної політики та впровадження інноваційних форматів торгівлі [22].

Як зазначає Сумець О.М., диверсифікація торговельної діяльності є стратегічним інструментом забезпечення стійкості та розвитку підприємства в

умовах мінливого ринкового середовища. Її сутність полягає в розширенні асортименту товарів, освоєнні нових ринкових сегментів, впровадженні інноваційних форм торгівлі та диверсифікації каналів збуту з метою мінімізації ризиків та підвищення економічної ефективності [27].

Основними напрямками диверсифікації є горизонтальна та вертикальна диверсифікація. Горизонтальна передбачає розширення асортименту товарів у межах існуючої товарної групи, освоєння суміжних товарних категорій, що дозволяє задовольняти більш широкий спектр споживацьких потреб. Вертикальна диверсифікація спрямована на інтеграцію різних етапів виробничо-торговельного ланцюга, включаючи власне виробництво товарів, логістику та збут.

Таблиця 1.1 – Основні напрями диверсифікації торговельної діяльності

Напрямок	Характеристика	Очікуваний результат
Горизонтальна диверсифікація	Розширення асортименту в межах існуючої товарної групи, освоєння суміжних категорій	Розширення клієнтської бази, задоволення різноманітних споживацьких потреб
Вертикальна диверсифікація	Інтеграція різних етапів виробничо-торговельного ланцюга	Контроль над повним циклом виробництва та реалізації товарів
Цифрова диверсифікація	Впровадження омніканальних стратегій, розвиток онлайн-торгівлі	Гнучкість каналів продажу, персоналізація взаємодії зі споживачами
Географічна диверсифікація	Вихід на нові регіональні та міжнародні ринки	Зниження залежності від локальної кон'юнктури, розширення клієнтської бази
Форматна диверсифікація	Створення унікальних торговельних концепцій, власних торговельних марок	Диференціація від конкурентів, формування унікальної пропозиції

Джерело: складено автором на основі [27]

Сучасні тренди диверсифікації торговельної діяльності включають цифрову трансформацію, впровадження омніканальних стратегій, що поєднують онлайн та офлайн формати торгівлі. Це досягається через розвиток електронної комерції, мобільних додатків, інтеграцію фізичних магазинів з цифровими платформами, впровадження технологій доповненої реальності та персоналізованих рекомендаційних систем [27].

Важливим аспектом диверсифікації є вихід на нові географічні ринки, освоєння міжнародних ринків через експортну діяльність, створення представництв або партнерських мереж у різних регіонах. Це дозволяє мінімізувати залежність від кон'юнктури локального ринку, забезпечити стабільність доходів та розширити клієнтську базу.

Костецька Н. І., а також Яновська В.П. та Портний О.В. в своїх працях зазначають, що стратегія диверсифікації передбачає також впровадження унікальних торговельних форматів, створення власних торговельних марок, розвиток консультаційних та сервісних послуг, що супроводжують основну торговельну діяльність. Такий підхід дозволяє диференціюватися від конкурентів, створювати додаткову цінність для споживача та формувати стійкі конкурентні переваги підприємства на ринку [21, с. 7; 35, с. 6].

Важливим стратегічним напрямком, на думку Терехух А. та Роїк О., є технологічна модернізація торговельних процесів, яка включає впровадження сучасних інформаційних систем управління, автоматизацію облікових та логістичних операцій, прогнозування попиту та оптимізації товарообігу. Цифрова трансформація дозволяє підвищити операційну ефективність, скоротити витрати та забезпечити більш гнучке реагування на зміни ринкової кон'юнктури [28, с. 176; 33].

Інноваційні механізми нарощування торговельного потенціалу підприємства являють собою системний підхід до впровадження сучасних технологічних, організаційних та маркетингових рішень, спрямованих на підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Ключовою характеристикою інноваційних механізмів є здатність генерувати якісно нові підходи до управління торговельними процесами, створювати унікальні конкурентні переваги та забезпечувати сталий розвиток підприємства.

Також Костецька Н. І. наголошує на тому, що технологічний складник інноваційних механізмів передбачає впровадження передових технологій. Ці технології дозволяють оптимізувати логістичні процеси, прогнозувати попит,

персоналізувати маркетингові комунікації, забезпечувати прозорість ланцюгів постачання та підвищувати операційну ефективність підприємства [21, с. 7-8].

Важливим інноваційним механізмом є розвиток клієнтоорієнтованих підходів, що включає впровадження інтелектуальних систем підтримки прийняття рішень, персоналізованих рекомендаційних систем, застосування технологій доповненої та віртуальної реальності для покращення споживчого досвіду. Такі рішення дозволяють формувати унікальні торговельні пропозиції, що максимально точно відповідають індивідуальним потребам споживачів.

Організаційні інновації спрямовані на трансформацію внутрішніх бізнес-процесів через впровадження гнучких методологій управління, розвиток корпоративної культури безперервного навчання, застосування проєктного підходу та створення самоорганізованих команд. Це забезпечує підвищення адаптивності підприємства, швидкість реагування на ринкові зміни та формування середовища постійних інновацій.

Маркетингові інноваційні механізми, як наголошують Цурська Б. Г. та Бухта С. В., включають розвиток омніканальних комунікацій, використання великих даних для глибокого аналізу споживацької поведінки, впровадження сучасних маркетингових інструментів, створення віртуальних екосистем бренду. Такий підхід дозволяє формувати довгострокові лояльні відносини зі споживачами, створювати унікальні емоційні цінності та диференціюватися на висококонкурентному ринку [31, с. 152].

Стратегічного значення набуває розвиток маркетингових комунікацій та формування ефективної клієнтоорієнтованої моделі. Це досягається через персоналізацію торговельних пропозицій, впровадження програм лояльності, використання омніканальних маркетингових інструментів, активне застосування цифрових платформ та соціальних медіа для комунікації зі споживачами [34].

Суттєвим напрямком розширення торговельного потенціалу є інвестування в людський капітал через системну підготовку та перепідготовку персоналу, впровадження мотиваційних механізмів, формування корпоративної культури, орієнтованої на інновації та постійний професійний розвиток.

Кваліфікований та вмотивований персонал виступає ключовим фактором підвищення ефективності торговельної діяльності.

Розширення торговельного потенціалу через інвестування в людський капітал є стратегічним напрямком підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємств у сучасному глобалізованому світі. Людський капітал виступає визначальним фактором економічного зростання, оскільки акумулює професійні знання, навички, креативність та інноваційний потенціал працівників.

Свінарьова Г. Б. зазначає, що інвестування в людський капітал передбачає комплексний підхід, що включає професійне навчання, підвищення кваліфікації, розвиток навичок, впровадження ефективних систем мотивації та створення сприятливого організаційного середовища. Такі цілеспрямовані вкладення дозволяють суттєво підвищити продуктивність праці, генерувати інноваційні ідеї та оптимізувати торговельні процеси [25, с. 89].

Ключовими напрямками інвестування в людський капітал є: безперервне навчання працівників, запровадження сучасних освітніх технологій, розвиток цифрових компетентностей, впровадження програм стажування та обміну досвідом, формування корпоративної культури, що заохочує професійне зростання та креативність. Особливого значення набувають інвестиції в розвиток комунікативних навичок, стратегічного мислення та адаптивності персоналу.

На думку Кащенко Н.Б., економічна ефективність таких інвестицій виявляється в підвищенні якості торговельних послуг, розширенні клієнтської бази, оптимізації бізнес-процесів та зростанні конкурентоспроможності підприємства на ринку. Інвестиції в людський капітал сприяють формуванню унікальних конкурентних переваг, оскільки знання та креативність працівників стають визначальним фактором успіху в сучасній економіці [20, с. 165].

Важливим аспектом є також створення системи нематеріальної мотивації, яка включає кар'єрне зростання, можливості професійної самореалізації, визнання особистих досягнень та формування сприятливого психологічного

клімату в колективі. Такий підхід не лише підвищує лояльність персоналу, але й стимулює його безперервний професійний розвиток [20, с. 167].

Таким чином, інвестування в людський капітал є стратегічним інструментом розширення торговельного потенціалу, що забезпечує довгострокову конкурентоспроможність та сталий розвиток підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.

Диверсифікація джерел постачання товарів, розвиток партнерських відносин з виробниками та постачальниками, а також впровадження ефективних логістичних систем є ефективними механізмами розширення торговельного потенціалу підприємства в сучасних конкурентних умовах. Ці стратегічні напрямки дозволяють суттєво підвищити стійкість бізнесу, оптимізувати витрати та забезпечити гнучкість операційної діяльності.

Диверсифікація джерел постачання передбачає формування широкої мережі постачальників з різних регіонів та країн, що мінімізує ризики в ланцюгах постачання. Такий підхід дає змогу підприємству оперативно реагувати на зміни кон'юнктури ринку, уникати залежності від окремих постачальників та знижувати ризики дефіциту товарів. Водночас, розвиток партнерських відносин забезпечує довгострокову стабільність та взаємовигідну співпрацю з виробниками.

На думку Діденко Є. О. та Чумак О. В., ефективні логістичні системи є критичним елементом оптимізації торговельних процесів. Впровадження сучасних технологій управління ланцюгами постачання, використання цифрових платформ для моніторингу руху товарів, застосування аналітичних інструментів прогнозування попиту дозволяють суттєво підвищити швидкість та точність операцій. Інтеграція інформаційних систем постачальників, логістичних операторів та торговельних підприємств створює прозорий та керований простір для комунікації та координації [14].

Розвиток партнерських відносин включає не лише комерційну взаємодію, але й стратегічне співробітництво, спільне вирішення проблемних питань, обмін досвідом та технологіями. Формування довгострокових партнерств з надійними

виробниками створює додаткові конкурентні переваги, забезпечує можливість ексклюзивних поставок та кращих умов співпраці.

Важливим аспектом є також впровадження принципів соціальної відповідальності у виборі постачальників, врахування екологічних стандартів, дотримання етичних норм виробництва. Це не лише підвищує репутацію підприємства, але й мінімізує репутаційні та комерційні ризики.

Економічна ефективність реалізації заходів з розширення торговельного потенціалу підприємства визначається системою взаємопов'язаних показників, які комплексно відображають результативність впроваджених стратегічних ініціатив. Основним критерієм оцінки виступає перевищення отриманих економічних результатів над понесеними витратами, що забезпечує позитивний фінансово-економічний ефект.

Таблиця 1.2 – Основні показники економічної ефективності розширення торговельного потенціалу підприємства

Критерій	Характеристика	Економічний ефект
Обсяг товарообігу	Збільшення кількості та вартості реалізованих товарів	Зростання виручки, розширення ринкової частки
Рентабельність	Підвищення прибутковості торговельних операцій	Зростання чистого прибутку, покращення фінансових показників
Операційні витрати	Оптимізація логістичних та управлінських процесів	Зниження собівартості, підвищення економічної ефективності
Асортиментна політика	Диверсифікація товарних позицій	Задоволення різноманітних потреб клієнтів, збільшення продажів
Людський капітал	Інвестиції в професійний розвиток персоналу	Підвищення продуктивності, генерація інноваційних рішень
Партнерські відносини	Розширення мережі постачальників	Отримання кращих комерційних умов, зниження ризиків
Адаптивність	Здатність реагувати на ринкові зміни	Стратегічна стійкість, мінімізація потенційних збитків

Джерело: складено автором на основі [14, 20]

Ключовими індикаторами економічної ефективності є збільшення обсягів товарообігу, підвищення рентабельності продажів, оптимізація витрат та розширення асортиментної політики. Запровадження інноваційних технологій управління, впровадження сучасних маркетингових інструментів та

вдосконалення логістичних процесів дозволяють створити синергетичний ефект розвитку торговельного потенціалу.

Важливим аспектом економічної ефективності виступає зниження операційних витрат через впровадження оптимізаційних механізмів, автоматизацію бізнес-процесів, використання цифрових технологій управління та мінімізацію логістичних ризиків. Диверсифікація джерел постачання та розвиток партнерських відносин забезпечують можливість отримання додаткових конкурентних переваг та економічних вигод.

Інвестиції в людський капітал, професійний розвиток персоналу та формування ефективної корпоративної культури створюють передумови для підвищення продуктивності праці, генерації інноваційних ідей та покращення якості торговельного сервісу. Економічний ефект від таких вкладень виявляється в зростанні лояльності клієнтів, розширенні ринкової частки та підвищенні репутаційного капіталу підприємства.

Суттєвим показником економічної ефективності, на думку Кашеної Н.Б., є також здатність підприємства адаптуватися до динамічних ринкових змін, швидко реагувати на трансформації споживчого попиту та забезпечувати стратегічну стійкість бізнесу. Впровадження аналітичних інструментів прогнозування, моніторинг кон'юнктурних тенденцій та гнучке управління дозволяють мінімізувати потенційні фінансові ризики [20, с. 168].

Таким чином, економічна ефективність розширення торговельного потенціалу є комплексною характеристикою, що відображає здатність підприємства створювати додаткову економічну цінність через впровадження інноваційних управлінських, технологічних та маркетингових рішень.

Як наголошує Костецька Н. І., прогнозування показників розвитку підприємства на основі розширення торговельного потенціалу є складним багатовекторним процесом, що передбачає комплексний аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу. Методологія прогнозування базується на використанні сучасних аналітичних інструментів, статистичних методів та економіко-математичного моделювання, що дозволяє передбачити тенденції

розвитку підприємства з урахуванням стратегічних напрямків нарощування торговельного потенціалу [21, с. 8].

Система прогнозування охоплює моніторинг споживчої поведінки, аналіз ринкової кон'юнктури, оцінку макроекономічних тенденцій та галузевих трендів. Врахування факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища створює передумови для формування науково обґрунтованих прогнозів розвитку підприємства [26, с. 32-33].

Таким чином, прогнозування показників розвитку на основі розширення торговельного потенціалу виступає стратегічним інструментом управління, що забезпечує випереджальну адаптацію підприємства до динамічних ринкових трансформацій.

Теребух А. та Роїк О. зазначають, що механізми мінімізації негативних впливів розширення торговельного потенціалу підприємства є комплексною системою управлінських заходів, спрямованих на попередження та нейтралізацію потенційних ризиків та дисбалансів у процесі розвитку торговельної діяльності. Стратегічний підхід передбачає ідентифікацію можливих загроз на різних етапах нарощування торговельного потенціалу та розробку випереджальних антикризових механізмів [28, с. 178].

Важливим інструментом нівелювання ризиків є побудова ефективної системи моніторингу та раннього попередження негативних тенденцій. Впровадження аналітичних інструментів прогнозування, використання методів економіко-математичного моделювання та сценарного аналізу дозволяють ідентифікувати потенційні загрози на ранніх стадіях та розробляти випереджальні антикризові стратегії [28, с. 179-180].

Системи управління ризиками передбачають також формування фінансових резервів, страхування комерційних ризиків, упровадження гнучких механізмів ціноутворення та адаптивної маркетингової політики. Створення багаторівневої системи контролю якості, моніторинг репутаційних ризиків та дотримання етичних стандартів взаємодії з партнерами мінімізують потенційні негативні наслідки розширення торговельного потенціалу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ЕНЕРГО СИНТЕЗ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «Енерго Синтез» розташоване в місті Суми Сумської області. Було зареєстроване 21.05.2021 року із розміром статутного капіталу 40 тис. грн. Засновником ТОВ «Енерго Синтез» є Литвин С.С.

Основним видом діяльності ТОВ «Енерго Синтез» є виробництво та реалізація матеріалів та інструментів для проведення будівельних робіт, а також можливість виконання підрядних будівельних та монтажних робіт власними ресурсами. За класифікацією КВЕД цей напрям робіт є 46.90 «Неспеціалізована оптова торгівля». Іншими видами діяльності є:

- 25.11 «Виробництво будівельних металевих конструкцій і частин конструкцій»;
- 25.29 «Виробництво інших металевих баків, резервуарів і контейнерів»;
- 27.90 «Виробництво іншого електричного устаткування»;
- 33.14 «Ремонт і технічне обслуговування електричного устаткування»
- 42.21 «Будівництво трубопроводів»;
- 43.21 «Електромонтажні роботи»;
- 43.29 «Інші будівельно-монтажні роботи»;
- 43.99 Інші спеціалізовані будівельні роботи
- 77.39 «Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів» і ін. [17].

На основі аналізу структури та обсягів товарної продукції ТОВ «Енерго Синтез» за 2021-2023 роки спостерігається загальна негативна динаміка показників (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Структура та об'єми товарної продукції та послуг в ТОВ «Енерго Синтез» за 2021-2023 роки

Назва	Рік						Відхилення (+,-) 2023 р. від 2021 р.	
	2021		2022		2023			
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Реалізація металевих баків, резервуарів, контейнерів	70,2	21,0	98,9	23,0	32,5	19,3	-37,7	-53,7
Виробництво та реалізація будівельних армованих плит	54,5	16,3	74,0	17,2	24,8	14,7	-29,7	-54,5
Ремонт будівельного електрообладнання	53,1	15,9	70,1	16,3	15,5	9,2	-37,6	-70,8
Ремонт трубопроводів	32,4	9,7	47,3	11,0	26,3	15,6	-6,1	-18,9
Монтаж водопровідного обладнання	41,1	12,3	51,6	12,0	7,2	4,3	-33,9	-82,4
Монтаж систем опалення	56,1	16,8	68,8	16,0	30,8	18,3	-25,3	-45,1
Надання в оренду будівельного обладнання	26,7	8,0	19,4	4,5	31,3	18,6	4,6	17,2
Разом	334,2	100,0	430,0	100,0	168,5	100,0	-165,7	-49,6

Джерело: побудовано автором на основі аналітичної звітності ТОВ «Енерго Синтез»

За досліджуваний період загальний обсяг товарної продукції скоротився на 165,7 тис. грн або на 49,6%, з 334,2 тис. грн у 2021 році до 168,5 тис. грн у 2023 році. Найбільше зниження обсягів відзначається у монтажі водопровідного обладнання (-82,4%) та ремонті будівельного електрообладнання (-70,8%). Позитивну динаміку продемонстрував лише один напрямок діяльності - надання в оренду будівельного обладнання, де зростання склало 4,6 тис. грн (+17,2%). У структурі товарної продукції за 2023 рік найбільшу частку займають реалізація металевих баків, резервуарів і контейнерів (19,3%), надання в оренду будівельного обладнання (18,6%) та монтаж систем опалення (18,3%).

Загалом, суттєве зниження показників майже за всіма напрямками діяльності свідчить про значне погіршення економічного стану підприємства та

необхідність впровадження антикризових заходів для стабілізації ситуації та відновлення обсягів виробництва.

Структура виробництва товарної продукції та послуг в ТОВ «Енерго Синтез» станом на 2023 рік нами представлена на рис. 2.1.



Рисунок 2.1 – Структура товарної продукції та послуг в ТОВ «Енерго Синтез» за 2023 рік

Джерело: побудовано автором на основі аналітичної звітності ПП «Енерго Синтез»

ТОВ «Енерго Синтез», що спеціалізується на виробництві та реалізації будівельних матеріалів та інструментів, а також виконанні будівельно-монтажних робіт, має у своєму розпорядженні комплексну матеріально-технічну базу. До складу основних засобів підприємства входять виробничі приміщення, які включають цехи з виготовлення будівельних матеріалів, складські комплекси для зберігання готової продукції та сировини.

Важливою складовою є виробниче обладнання: бетонозмішувачі, преси для виготовлення будівельних блоків та інше технологічне устаткування для обробки та виготовлення будматеріалів. Для здійснення будівельно-монтажних робіт підприємство володіє спеціалізованою технікою для транспортування матеріалів та обладнання. У розпорядженні підприємства також є різноманітний професійний будівельний інструмент, включаючи електроінструменти, зварювальні апарати, риштування та опалубку.

Для забезпечення якості продукції та робіт наявні контрольно-вимірювальні прилади та обладнання.

Транспортний парк доповнюється легковими автомобілями для інженерно-технічного персоналу. Все це обладнання розміщується як на власній так і на орендованій території з відповідною інфраструктурою, включаючи під'їзні шляхи, системи електро-, водо- та теплопостачання.

Слід також наголосити на тому, що в останні роки підприємство перебуває в досить скрутному фінансово-економічному становищі і в переважаючій більшості для виконання комерційних замовлень орендує техніку та обладнання, а тому на балансі ТОВ «Енерго Синтез» основних виробничих засобів немає. Але нами приведений склад та структура основних виробничих засобів, які ТОВ «Енерго Синтез» постійно орендує для здійснення власної комерційної діяльності (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Склад та структура орендованих основних виробничих засобів ТОВ «Енерго Синтез», тис. грн.

Назва	Рік			Відхилення (+,-) 2023 р. від 2021 р.	
	2021	2022	2023	тис. грн.	%
Будинки і споруди	124,6	59,3	90,9	-33,7	-27,1%
Машини і обладнання	110,9	50,5	79,2	-31,6	-28,5%
Транспортні засоби	46,6	26,4	28,2	-18,4	-39,5%
Інструменти, прилади, інвентар	40,3	17,9	26,6	-13,8	-34,2%
Інші основні засоби	5,6	1,9	4,1	-1,5	-26,1%
Матеріальні засоби, разом	328,0	156,0	229,0	-99,0	-30,2%

Джерело: розраховано автором на основі аналітичної звітності ТОВ «Енерго Синтез»

Аналізуючи дані таблиці 2.2, можна зробити висновок, що у 2023 році відбулося суттєве скорочення орендованих основних виробничих засобів на підприємстві ТОВ «Енерго Синтез» порівняно з 2021 роком. Загалом сума матеріальних засобів зменшилась на 99 тис. грн або на 30,2%. Найбільше зменшились вартість будівель і споруд (-27,1%), машин і обладнання (-28,5%) та транспортних засобів (-39,5%). Також значно зменшились вартість інструментів,

приладів та інвентаря (-34,2%). Відносно менші скорочення спостерігалися за категорією інших основних засобів (-26,1%).

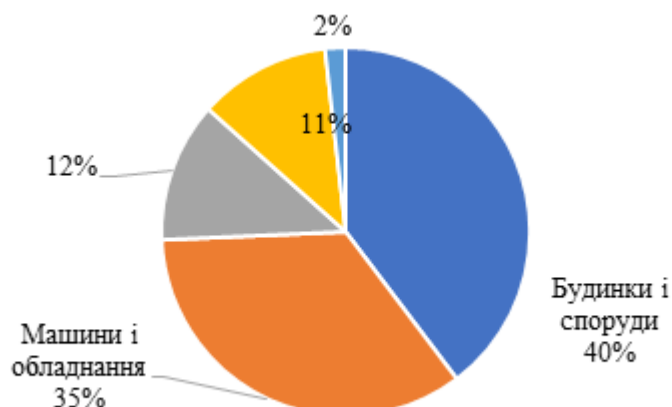


Рисунок 2.2 – Структура основних виробничих засобів ПП «Енерго Синтез» за 2023 рік

Джерело: побудовано автором на основі аналітичної звітності ПП «Енерго Синтез»

Отже, можна стверджувати, що підприємство провело оптимізацію орендованих основних засобів, що, можливо, було викликано необхідністю скорочення витрат. Однак це свідчить і про погіршення матеріально-технічної бази, що у довгостроковій перспективі негативно позначиться на виробничих можливостях підприємства.

Дослідження ефективності використання виробничих фондів ТОВ «Енерго Синтез» ми не здійснюємо, враховуючи відсутність власних виробничих фондів на балансі підприємства.

До постійного складу трудових ресурсів, а також найманих працівників за договорами ТОВ «Енерго Синтез» входять висококваліфіковані інженерно-технічні працівники, які відповідають за організацію виробничих процесів, розробку технологічної документації, контроль якості продукції та виконання будівельно-монтажних робіт.

Провідні фахівці залучені до управління підприємством, логістики, закупівель, збуту. Виробничий найманий персонал включає в себе робітників основних професій - апаратників, операторів технологічного обладнання,

слюсарів, електрогазозварників, машиністів будівельної техніки та інших кваліфікованих робітників, які безпосередньо задіяні у виготовленні будівельних матеріалів та виконанні будівельно-монтажних робіт. Підприємство також використовує послуги найманих будівельних бригад, електриків, сантехніків та інших спеціалістів на умовах субпідряду, що дозволяє ефективно використовувати наявні трудові ресурси, оптимізуючи виробничі витрати і гнучко реагуючи на коливання попиту. Загалом, сформований кадровий склад підприємства, його організаційна структура та гнучкість у залученні додаткових трудових ресурсів забезпечують високий рівень виробництва і успішне виконання замовлень на будівельно-монтажні роботи.

Аналіз ефективності використання постійно працюючих трудових ресурсів ТОВ «Енерго Синтез» за період 2021-2023 років показує такі тенденції (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Ефективність трудових ресурсів ТОВ «Енерго Синтез»

Показники	Роки			Відхилення 2023 р. до 2021 р.	
	2021	2022	2023	Абсолютні	Відносні, %
Обсяг робіт, тис. грн.	211,3	260,4	94,1	-117,2	-55,5
Вартість валової продукції, тис.грн.	334,2	430,0	168,5	-165,7	-49,6
Середньорічна чисельність працівників, чол.	2	2	2	0,0	0,0
Відпрацьовано людино-годин усіма працівниками облікового складу	3840	4032	4224	384,0	10,0
Витрати робочого часу, людино-днів	480	504	528	48,0	10,0
Фонд оплати праці, тис. грн.	263,0	231,0	274,0	11,0	4,2
Середньомісячна заробітна плата, грн.	6958,3	7625,0	8416,7	1458,4	21,0
Продуктивність праці, тис. грн./особу	167,10	215,00	84,25	-82,9	-49,6
Продуктивність праці, тис. грн./особу (за обсягами)	105,65	130,20	47,05	-58,6	-55,5
Середньогодинний виробіток, грн./людино-год.	87,03	106,65	39,89	-47,1	-54,2

Джерело: розраховано автором на основі аналітичної звітності ТОВ «Енерго Синтез»

Аналіз даних, представлених у таблиці, свідчить про значне погіршення ефективності використання трудових ресурсів підприємства ТОВ «Енерго Синтез» у 2023 році порівняно з 2021 роком. Зокрема, обсяг робіт скоротився на 55,5%, а вартість валової продукції - на 49,6%. При цьому середньорічна чисельність працівників залишилася незмінною, а відпрацьований людино-годин та людино-днів фонд робочого часу збільшився на 10%. Попри це, фонд оплати праці зріс лише на 4,2%, що в поєднанні зі зниженням обсягів виробництва призвело до скорочення продуктивності праці на 49,6% в розрахунку на одного працівника та на 55,5% за обсягами виробництва. Середньогодинний виробіток знизився на 54,2%. Така ситуація свідчить про зниження ефективності використання трудових ресурсів підприємства, що може бути пов'язано зі зменшенням завантаженості виробничих потужностей та необхідністю оптимізації кадрової політики. В цілому підприємству потрібно вжити заходів щодо підвищення продуктивності праці для забезпечення конкурентоспроможності та покращення фінансових показників.

Загальні результати виробничо-комерційної діяльності ТОВ «Енерго Синтез» нами представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Основні фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «Енерго Синтез»

Показник	Рік			Динаміка	
	2021	2022	2023	абсолютна	відносна, %
Чистий дохід від реалізації продукції	334,2	430,0	168,5	-165,7	-49,6
Разом доходи	334,2	430,0	168,5	-165,7	-49,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	211,3	260,4	94,1	-117,2	-55,5
Інші операційні витрати	97,0	117,0	71,7	-25,3	-26,1
Разом витрати	308,3	377,4	165,8	-142,5	-46,2
Фінансовий результат до оподаткування	25,9	52,6	2,7	-23,2	-89,6
Податок на прибуток	0,0	9,5	0,5	0,5	100
Чистий прибуток (збиток)	25,9	43,1	2,2	-23,7	-91,5
Рівень рентабельності, %	12,26	16,55	2,34	-	-9,9 п.п.

Джерело: розраховано автором на основі аналітичної звітності ТОВ «Енерго Синтез»

Проведений аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Енерго Синтез» демонструє суттєве погіршення фінансових результатів підприємства у 2023 році порівняно з 2021 роком. Зокрема, чистий дохід від реалізації скоротився на 49,6%, досягнувши рівня 168,5 тис. грн. Така ж динаміка спостерігається і за показником собівартості реалізованої продукції, яка зменшилася на 55,5%. Незважаючи на скорочення інших операційних витрат на 26,1%, загальні витрати знизились лише на 46,2%. В результаті, фінансовий результат до оподаткування зменшився на 89,6%, а чистий прибуток - на 91,5%, становлячи лише 2,2 тис. грн. (рис. 2.3).

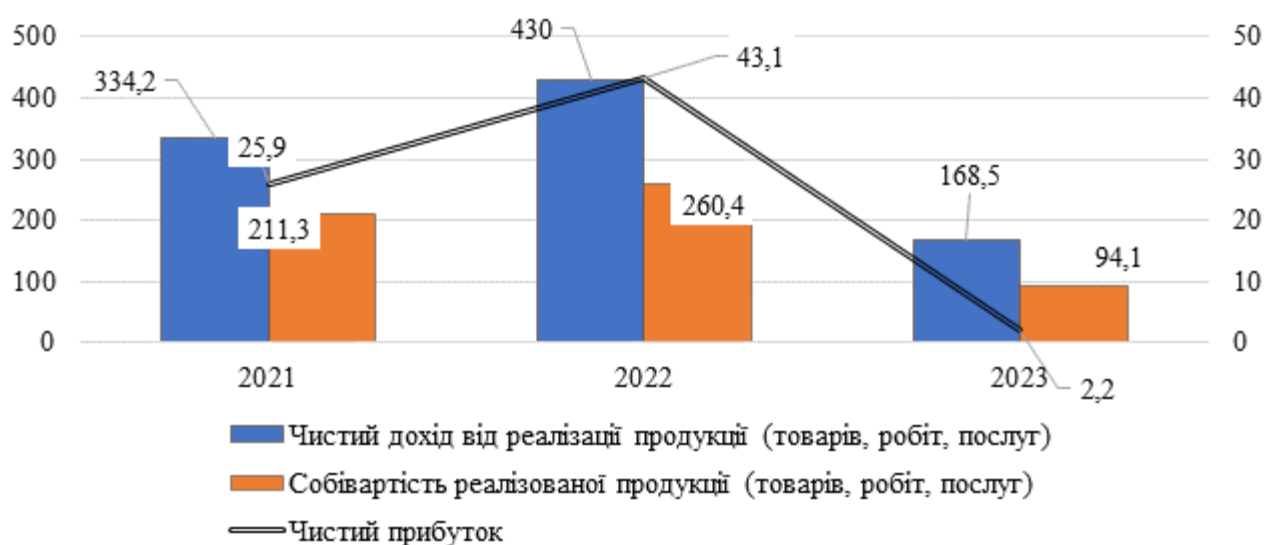


Рисунок 2.3 – Динаміка основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Енерго Синтез»

Джерело: побудовано автором на основі аналітичної звітності ТОВ «Енерго Синтез»

Рівень рентабельності скоротився на 9,9 процентних пункти, сягнувши 2,34%. Така негативна динаміка фінансових результатів свідчить про значне погіршення ефективності діяльності підприємства, можливі проблеми зі збутом, зростання витрат або ж неефективне управління. Підприємству необхідно невідкладно вжити заходів щодо оптимізації витрат, пошуку нових ринків збуту та підвищення продуктивності для відновлення прибутковості.

2.2 Аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання

Аналіз торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» та ефективності його використання потребує комплексного підходу з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

При дослідженні торговельного потенціалу важливим є оцінювання ефективності реалізації продукції за такими критеріями як обсяг продажів, швидкість товарообігу та рівень виконання планових показників.

Таблиця 2.5 – Оцінювання ефективності реалізації продукції та послуг ТОВ «Енерго синтез» за 2021-2023 роки

Канал реалізації продукції/послуг	Обсяг продажів у 2023 р., тис. грн.	Динаміка обсягу продажів 2023/2021, %	Частка в загальному обсязі продажів 2023 р., %	Середня швидкість товарообігу, днів	Рівень виконання планових показників, %
Реалізація металевих баків, резервуарів, контейнерів	32,5	-53,7	19,3	14	85
Виробництво та реалізація будівельних армованих плит	24,8	-54,5	14,7	21	82
Ремонт будівельного електрообладнання	15,5	-70,8	9,2	7	75
Ремонт трубопроводів	26,3	-18,9	15,6	10	88
Монтаж водопровідного обладнання	7,2	-82,4	4,3	5	65
Монтаж систем опалення	30,8	-45,1	18,3	12	85
Надання в оренду будівельного обладнання	31,3	+17,2	18,6	30	95

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

На основі проведеного аналізу ефективності реалізації продукції та послуг ТОВ «Енерго синтез» за 2021-2023 роки можна відзначити суттєві зміни в

структурі та динаміці продажів. У 2023 році найбільшу частку в загальному обсязі реалізації займає виробництво та продаж металевих баків, резервуарів та контейнерів - 19,3% (32,5 тис. грн), при цьому спостерігається значне падіння обсягів продажів порівняно з 2021 роком на 53,7%. Друге місце за обсягами реалізації посідає надання в оренду будівельного обладнання - 18,6% (31,3 тис. грн), що є єдиним напрямком, який демонструє позитивну динаміку зростання на 17,2% порівняно з 2021 роком. Цей напрямок також характеризується найвищим рівнем виконання планових показників (95%), хоча і має найдовший період товарообігу - 30 днів.

Найменш ефективними напрямками діяльності виявились ремонт будівельного електрообладнання з часткою 9,2% (15,5 тис. грн) та падінням на 70,8%, а також монтаж водопровідного обладнання, частка якого становить лише 4,3% (7,2 тис. грн) із найбільшим падінням на 82,4%.

Аналіз отриманих результатів свідчить про наявність значного, але не повністю реалізованого торговельного потенціалу підприємства.

Позитивна динаміка та висока ефективність напрямку оренди будівельного обладнання вказує на перспективність розвитку сервісних послуг. Водночас, суттєве падіння обсягів реалізації за більшістю напрямків діяльності свідчить про необхідність оптимізації виробничого та збутового процесів. Високі показники виконання планових показників у сегментах реалізації металевих конструкцій та монтажу систем опалення, незважаючи на загальне падіння обсягів, вказують на потенціал відновлення та розвитку цих напрямків за умови впровадження ефективних маркетингових стратегій та оптимізації операційних процесів.

Здійснюючи подальшу характеристику торговельного потенціалу підприємства, слід зазначити, що ТОВ «Енерго синтез» використовує диверсифіковану систему збуту, де найбільшу частку займають прямі продажі будівельним компаніям та реалізація через дистриб'юторську мережу, що сумарно забезпечує 85% загального обсягу продажів. При цьому важливим аспектом є оцінка географічного охоплення ринку та ефективності логістичних

процесів, які безпосередньо впливають на швидкість доставки продукції та задоволеність клієнтів (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз каналів реалізації продукції ТОВ «Енерго синтез»

Канал реалізації	Вид продукції/послуг	Переваги	Недоліки	Частка, %
Прямі продажі будівельним компаніям	- Баки і резервуари; - Будівельні армовані плити; - Монтажні роботи	- Висока дохідність; - Довгострокові контракти; - Можливість комплексного обслуговування	- Залежність від сезонності будівництва; - Тривалий цикл переговорів; - Високі вимоги до якості	62
Дистриб'юторська мережа	- Баки і резервуари; - Контейнери; - Будівельні армовані плити	- Широке географічне охоплення; - Стабільність замовлень; - Професійне просування продукції	- Нижча дохідність; - Відстрочка платежів; - Додаткові логістичні витрати	23
Тендерні закупівлі	- Промислові резервуари; - Спеціалізовані контейнери; - Комплексні будівельні роботи	- Великі обсяги замовлень; - Престижність проєктів; - Прозорі умови співпраці	- Висока конкуренція; - Складна документація; - Тривалі терміни оплати	12
Власний шоу-рум	- Всі види продукції; - Консультації з монтажу; - Сервісне обслуговування	- Можливість демонстрації; - Персональний підхід; - Імідж компанії	- Високі витрати на утримання; - Обмежене географічне охоплення; - Потреба в кваліфікованому персоналі	3

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

За результатами аналізу каналів реалізації продукції ТОВ «Енерго синтез» встановлено, що підприємство використовує диверсифіковану систему збуту, яка включає чотири основних каналів реалізації. Найбільшу частку в загальному обсязі продажів займають прямі продажі будівельним компаніям, що становить 62% від загального обсягу реалізації. Цей канал характеризується високою

дохідністю та можливістю формування довгострокових контрактів, проте має певні обмеження через сезонність будівельної галузі.

Другим за значимістю каналом є дистриб'юторська мережа, через яку реалізується 23% продукції підприємства. Даний канал забезпечує широке географічне охоплення та стабільність замовлень, однак характеризується нижчою дохідністю та додатковими логістичними витратами.

Тендерні закупівлі становлять 12% від загального обсягу продажів та дозволяють отримувати великі замовлення на поставку промислових резервуарів та виконання комплексних будівельних робіт, хоча і потребують значних зусиль при підготовці документації.

Сучасні канали збуту, такі як власний шоу-рум, займає 3% у структурі реалізації, що свідчить про потенціал подальшого розвитку, особливо в сегменті стандартизованої продукції та роботи з приватними замовниками.

В цілому, проведений аналіз дозволяє зробити висновок про необхідність оптимізації існуючої системи каналів реалізації продукції ТОВ «Енерго синтез». Зокрема, доцільним є посилення роботи з ключовими клієнтами в сегменті прямих продажів, вдосконалення логістичних процесів при роботі з дистриб'юторами, а також розвиток сучасних каналів збуту через впровадження ефективних інструментів інтернет-маркетингу та покращення сервісного обслуговування у власному шоу-румі. Такий комплексний підхід дозволить підприємству збільшити обсяги реалізації продукції та зміцнити свої позиції на ринку будівельних матеріалів та послуг.

Дослідження клієнтської бази підприємства передбачає сегментацію споживачів за різними критеріями, включаючи обсяги закупівель, періодичність замовлень та специфіку потреб. Важливим елементом є вивчення потреб різних категорій споживачів та їх очікувань щодо якості продукції, термінів виконання замовлень та рівня сервісного обслуговування. Така інформація дозволяє виявити проблемні аспекти в роботі з клієнтами та розробити заходи щодо підвищення якості обслуговування.

Таблиця 2.7 – Сегментація клієнтської бази ТОВ «Енерго синтез» за 2023 рік

Сегмент споживачів	Характеристика сегменту	Обсяг закупівель, тис. грн.	Частка в загальному обсязі продажів, %	Періодичність замовлень	Специфіка потреб
Великі будівельні компанії	Реалізація масштабних будівельних проєктів	25,6	15,2	1-2 рази на півроку	Комплексні поставки будівельних конструкцій
Середні будівельні підприємства	Реалізація локальних проєктів	39,9	23,7	Нерегулярно	Стандартні будівельні конструкції; Періодичні монтажні роботи
Промислові підприємства	Реалізація локальних проєктів; оренда обладнання	50,2	29,8	Нерегулярно	Високі вимоги до якості
Комунальні підприємства	Сервісне обслуговування; Тендерні закупівлі	24,4	14,5	Сезонно (весна-осінь)	Системи водопостачання
Приватні замовники	Стандартне обладнання	28,3	16,8	Щомісячно; нерегулярно	Малі метало-конструкції; Монтажні роботи; Консультаційні послуги

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

На основі аналізу сегментації клієнтської бази ТОВ «Енерго синтез» за 2023 рік можна зробити комплексний огляд діяльності підприємства. Загальний обсяг продажів компанії складає 168,4 тис. грн., розподілених між п'ятьма основними сегментами клієнтів. Найбільшу частку в структурі продажів займають промислові підприємства - 29,8% (50,2 тис. грн.), які замовляють послуги з реалізації локальних проєктів та оренди обладнання. Другим за значимістю сегментом є середні будівельні підприємства з часткою 23,7% (39,9 тис. грн.), які здійснюють нерегулярні закупівлі стандартних будівельних конструкцій та замовляють періодичні монтажні роботи.

Приватні замовники формують 16,8% продажів (28,3 тис. грн.), характеризуються найбільш регулярною періодичністю замовлень (щомісячно) та різноманітністю потреб - від малих металоконструкцій до монтажних і консультаційних послуг. Великі будівельні компанії, незважаючи на значні обсяги разових закупівель, забезпечують 15,2% продажів (25,6 тис. грн.) з періодичністю 1-2 рази на півроку. Комунальні підприємства складають 14,5% продажів (24,4 тис. грн.) із сезонним характером замовлень, орієнтованих на системи водопостачання та сервісне обслуговування.

Такий розподіл клієнтської бази свідчить про достатньо диверсифікований торговельний потенціал підприємства. Компанія ефективно обслуговує різні сегменти ринку, що знижує залежність від окремих клієнтів та сезонних коливань. Водночас, нерегулярність замовлень у деяких сегментах (середні будівельні та промислові підприємства) вказує на потенціал для розвитку більш стабільних довгострокових відносин з клієнтами

Особлива увага приділяється аналізу рівня задоволеності клієнтів, який оцінюється за допомогою опитувань, аналізу відгуків та рекламаций, а також показників повторних замовлень (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 –Аналіз рівня задоволеності клієнтів ТОВ «Енерго синтез»

Сегмент клієнтів	Рівень задоволеності (%)	Повторні замовлення (%)	Ключові індикатори
Великі будівельні компанії	85-90	85	- Високий рівень виконання планових показників (85-88%) - Стабільні довгострокові контракти - Комплексне обслуговування
Середні будівельні підприємства	75-80	65	- Середня швидкість товарообігу (14-21 день) - Стандартизовані рішення
Промислові підприємства	85-90	90	- Високий обсяг закупівель (29.8% від загального обсягу) - Довгострокові контракти
Комунальні підприємства	70-75	60	- Стабільна сезонність замовлень - Прозорі умови співпраці
Приватні замовники	80-85	70	- Регулярність малих замовлень - Широкий спектр послуг

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Отримані дані свідчать, що найвищу задоволеність демонструють великі будівельні та промислові підприємства (85-90%), а найнижчу - комунальні підприємства (70-75%). Середній рівень задоволеності становить близько 80%. Основними факторами, які впливають на задоволеність клієнтів ТОВ «Енерго синтез» є швидкість виконання замовлень, якість продукції та послуг, а також гнучкість співпраці та рівень сервісу.

Рекламації є важливим індикатором якості продукції та послуг підприємства, що безпосередньо впливає на його торговельний потенціал та ефективність його використання. Високий рівень рекламацій свідчить про наявність суттєвих проблем у виробничому процесі, системі контролю якості або логістичних операціях підприємства. У випадку ТОВ «Енерго синтез» спостерігається варіація рівня рекламацій від 3% до 15% залежно від сегменту клієнтів, що вказує на нерівномірність якості обслуговування різних категорій споживачів (табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Аналіз рівня рекламацій до ТОВ «Енерго синтез»

Сегмент клієнтів	Рівень рекламацій (%)	Проблемні зони	Рекомендації по вирішенню
Великі будівельні компанії	5-7	- Тривалий цикл переговорів	- Впровадження системи швидкого реагування на запити
Середні будівельні підприємства	8-10	- Нерегулярність замовлень - Обмежений асортимент	- Розширення асортименту - Впровадження програми лояльності
Промислові підприємства	3-5	- Високі вимоги до якості - Складна документація	- Впровадження системи контролю якості
Комунальні підприємства	12-15	- Тривалі терміни оплати - Складні тендерні процедури	- Оптимізація процедури участі в тендерах - Розробка гнучких умов оплати
Приватні замовники	7-9	- Потреба в постійних консультаціях - Обмежене географічне охоплення	- Розвиток онлайн-консультування - Розширення мережі шоу-румів

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Наявність рекламацій негативно впливає на торговельний потенціал підприємства через кілька механізмів. По-перше, кожна рекламація призводить

до додаткових витрат на усунення виявлених недоліків, заміну продукції або перевиконання робіт. По-друге, рекламациї погіршують репутацію підприємства на ринку, що ускладнює залучення нових клієнтів та утримання існуючих. По-третє, висока частота рекламаций змушує підприємство витрачати додаткові ресурси на посилений контроль якості, що збільшує операційні витрати.

Аналіз даних ТОВ «Енерго синтез» показує, що найвищий рівень рекламаций спостерігається у сегменті комунальних підприємств (12-15%), що корелює з найнижчим показником повторних замовлень (60%) та низьким рівнем задоволеності (70-75%). Це свідчить про неефективне використання торговельного потенціалу в даному сегменті та необхідність впровадження системних змін у роботі з цією категорією клієнтів.

Водночас, найнижчий рівень рекламаций демонструють промислові підприємства (3-5%), що супроводжується високим рівнем повторних замовлень (90%) та задоволеності (85-90%). Це вказує на ефективне використання торговельного потенціалу в роботі з цим сегментом та може служити орієнтиром для покращення роботи з іншими категоріями клієнтів.

Таблиця 2.10 – Узагальнена характеристика торговельного потенціалу та ефективності його використання ТОВ «Енерго синтез»

Показник	Значення	Характеристика
Основні канали реалізації	Прямі продажі (62%), Дистриб'юторська мережа (23%), Тендерні закупівлі (12%), Власний шоу-рум (3%)	Переважають прямі продажі, що забезпечує вищу дохідність
Ключові сегменти клієнтів	Промислові підприємства (29.8%), Середні будівельні підприємства (23.7%), Приватні замовники (16.8%)	Найбільший обсяг продажів забезпечують промислові підприємства
Рівень задоволеності клієнтів	70-90%	Найвищий показник у промислових підприємств та великих будівельних компаній (85-90%)
Рівень повторних замовлень	60-90%	Найвищий показник у промислових підприємств (90%)
Рівень рекламаций	3-15%	Найнижчий показник у промислових підприємств (3-5%), найвищий у комунальних підприємств (12-15%)

Продовження таблиці 2.10

Показник	Значення	Характеристика
Середня швидкість товарообігу	5-30 днів	Найшвидший товарообіг при монтажі водопровідного обладнання (5 днів), найдовший при оренді будівельного обладнання (30 днів)
Рівень виконання планових показників	65-95%	Найвищий показник при наданні в оренду будівельного обладнання (95%)
Динаміка обсягу продажів (2023/2021)	Від -82.4% до +17.2%	Єдиний зростаючий напрямок - надання в оренду будівельного обладнання (+17.2%)

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Для підвищення ефективності використання торговельного потенціалу підприємству необхідно зосередитися на зниженні рівня рекламаций через впровадження превентивних заходів: покращення системи контролю якості, оптимізацію процесів документообігу, підвищення кваліфікації персоналу та вдосконалення системи комунікації з клієнтами. Особливу увагу слід приділити сегментам з високим рівнем рекламаций, оскільки саме там існує найбільший потенціал для покращення показників ефективності.

2.3 Оцінка конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку

Оцінка конкурентного середовища є критично важливим елементом дослідження торговельного потенціалу підприємства, оскільки вона дозволяє визначити реальні можливості та обмеження для розвитку компанії на ринку. Через аналіз конкурентного середовища підприємство може ідентифікувати свої конкурентні переваги та недоліки, що допомагає формувати ефективну ринкову стратегію.

Розуміння позицій конкурентів, їхніх сильних та слабких сторін дає можливість підприємству краще позиціонувати власну продукцію та послуги, визначати оптимальні цінові стратегії та знаходити незайняті ринкові ніші. Крім

того, аналіз конкурентного середовища допомагає оцінити потенційні ризики та загрози для бізнесу, що дозволяє завчасно розробити захисні механізми та адаптивні стратегії. Це також сприяє більш ефективному розподілу ресурсів підприємства, оскільки дозволяє зосередити зусилля на найбільш перспективних напрямках розвитку та уникнути непродуктивних інвестицій у неперспективні сфери діяльності.

В кінцевому підсумку, глибоке розуміння конкурентного середовища дозволяє підприємству максимально реалізувати свій торговельний потенціал та забезпечити стійке зростання в довгостроковій перспективі.

Таблиця 2.11 – Асортимент послуг ТОВ «Енерго синтез» та його конкурентів

Продукція/послуги	ТОВ «Енерго Синтез»	ПП «Ритм»	ПП «Метал-Конструкція»	ТОВ «Сумихімаш»
Виробництво будівельних металевих конструкцій	Так	Ні	Так	Ні
Реалізація металевих баків, резервуарів і контейнерів	Так	Ні	Ні	Так
Ремонт будівельного електрообладнання	Так	Так	Так	Так
Монтаж та ремонт водопровідного обладнання, систем опалення	Так	Так	Так	Ні
Надання в оренду будівельного обладнання	Так	Так	Ні	Ні
Виробництво металевих дверей і вікон	Ні	Так	Ні	Так
Виробництво та монтаж столярних виробів	Ні	Так	Ні	Ні
Будівництво житлових і нежитлових будівель	Ні	Ні	Так	Ні

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Аналіз асортименту послуг ТОВ «Енерго синтез» та його конкурентів демонструє, що підприємство має досить диверсифікований портфель послуг, який включає 5 з 8 можливих напрямків діяльності на ринку. Порівняльний аналіз з конкурентами показує, що найближчим конкурентом є ПП «Ритм», який

також має п'ять напрямків діяльності, але з дещо іншою спеціалізацією, зокрема у сфері виробництва металевих дверей, вікон та столярних виробів. ПП «Метал-Конструкція» та ТОВ «Сумихіммаш» мають більш вузьку спеціалізацію з трьома та двома напрямками діяльності відповідно.

Така структура послуг ТОВ «Енерго синтез» свідчить про значний торговельний потенціал підприємства, який базується на можливості надання комплексних послуг у сфері металоконструкцій та інженерних систем. Водночас, відсутність у портфелі послуг з виробництва металевих дверей і вікон, столярних виробів та будівництва будівель може вказувати на потенційні напрямки для розширення діяльності та подальшого зростання торговельного потенціалу компанії.

Аналіз рівня присутності ТОВ «Енерго синтез» та його конкурентів в інформаційному просторі виявляє суттєві обмеження у використанні сучасних інструментів маркетингової комунікації всіма учасниками ринку (табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Рівень присутності ТОВ «Енерго синтез» та його конкурентів в інформаційному просторі

Показник	ТОВ «Енерго Синтез»	ПП «Ритм»	ПП «Метал-Конструкція»	ТОВ «Сумихіммаш»
Наявність власного динамічного сайту	Ні	Ні	Ні	Ні
Представлення торгової марки в соціальних мережах	Ні	Ні	Так	Ні
Наявність цінової стимуляції збуту власних послуг (акції, знижки, бонуси, програми лояльності тощо)	Так	Ні	Так	Так

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Примітно, що жодне з досліджуваних підприємств, включаючи ТОВ «Енерго синтез», не має власного динамічного сайту, що значно обмежує їхні можливості у сфері цифрового маркетингу та онлайн-взаємодії з клієнтами. Щодо представлення в соціальних мережах, лише ПП «Метал-Конструкція» використовує цей канал комунікації, тоді як ТОВ «Енерго синтез» та інші

конкуренти не використовують потенціал соціальних медіа для просування своїх послуг. Позитивним аспектом у діяльності ТОВ «Енерго синтез» є наявність системи цінової стимуляції збуту через акції, знижки, бонуси та програми лояльності, що також використовується ПП «Метал-Конструкція» та ТОВ «Сумихіммаш».

Такий стан присутності в інформаційному просторі свідчить про наявність значного невикористаного торговельного потенціалу підприємства, особливо в частині цифрової трансформації бізнесу та використання сучасних маркетингових інструментів. Відсутність власного сайту та представництва в соціальних мережах негативно впливає на ефективність використання торговельного потенціалу, обмежуючи можливості залучення нових клієнтів та підтримки комунікації з існуючими.

Таблиця 2.13 – Оцінка факторів конкурентоспроможності ТОВ «Енерго Синтез»

Назва фактора	ТОВ «Енерго Синтез»	ПП «Ритм»	ПП «Метал-Конструкція»	ТОВ «Сумихіммаш»
Імідж підприємства	2	3	3	2
Асортимент товарів та послуг	5	5	4	3
Якість послуг	4	4	3	3
Рівень задоволеності клієнтів	4	3	4	3
Цінова політика	3	3	2	2
Маркетинг та комунікації	2	3	2	2
Лояльність до клієнтів, бонусні програми, акції	3	3	4	3
Разом	23	24	22	18

Джерело: складено автором на основі аналітичних даних підприємства

Аналіз оцінки факторів конкурентоспроможності показує, що ТОВ «Енерго Синтез» має загальний показник 23 бали з можливих 35, що ставить підприємство на друге місце серед конкурентів, поступаючись лише ПП «Ритм» з 24 балами. Найсильнішими конкурентними перевагами підприємства є широкий асортимент товарів та послуг (5 балів), висока якість послуг (4 бали) та високий рівень задоволеності клієнтів (4 бали). Ці показники свідчать про

наявність міцної бази для реалізації торговельного потенціалу підприємства. Водночас, найнижчі оцінки компанія отримала за імідж підприємства та маркетингові комунікації (по 2 бали), що вказує на слабкі місця в системі управління торговельним потенціалом. Середні показники демонструє цінова політика та програми лояльності (по 3 бали), що свідчить про наявність потенціалу для вдосконалення в цих напрямках (рис. 2.4).

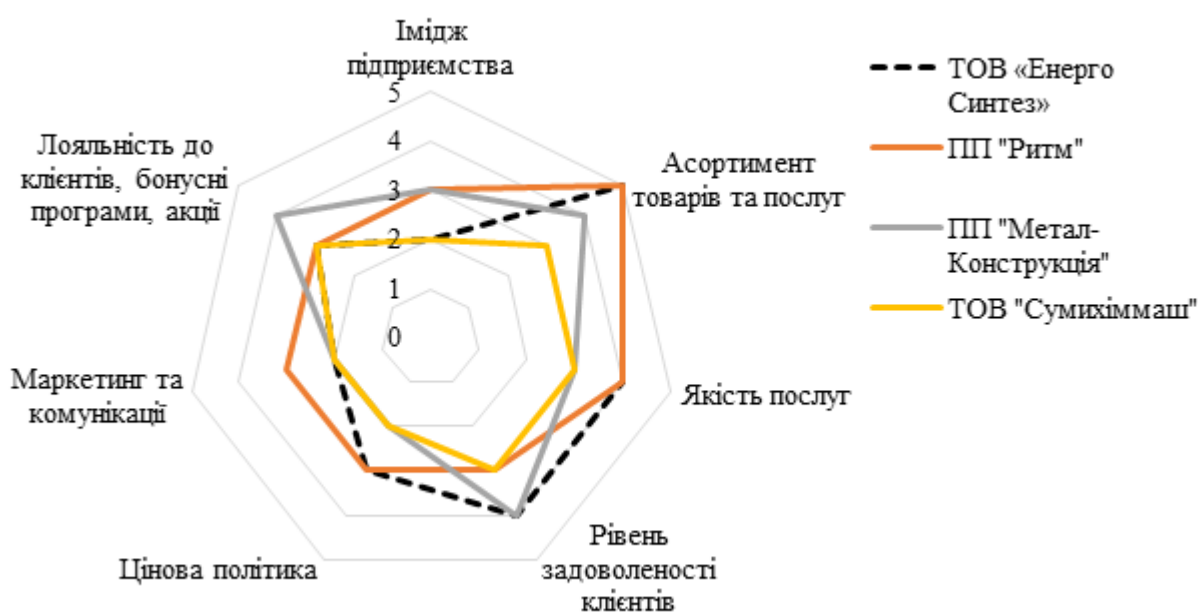


Рисунок 2.4 – Багатокутник конкурентоспроможності компаній-конкурентів на ринку

Джерело: побудовано автором на основі аналітичних даних підприємства

Порівняно з конкурентами, ТОВ «Енерго Синтез» має кращі позиції за асортиментом та якістю послуг, але поступається ПП «Ритм» за іміджем та маркетинговими комунікаціями, а ПП «Метал-Конструкція» - за програмами лояльності.

Такі результати свідчать про наявність значного торговельного потенціалу підприємства, який наразі використовується не повною мірою через недостатньо розвинені маркетингові комунікації та роботу над іміджем підприємства.

РОЗДІЛ 3

НАПЯМИ РОЗШИРЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ЕНЕРГО СИНТЕЗ» ТА ЇХ ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ

3.1 Обґрунтування напрямів розширення торговельного потенціалу підприємства

Розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» передбачає комплексний підхід до розвитку підприємства через впровадження різноманітних стратегічних ініціатив. Першочерговим напрямком є розширення асортименту продукції через розробку та виготовлення нових типів конструкцій, включаючи модульні конструкції, енергоефективні будівельні елементи та спеціалізовані контейнери для промислового використання, що дозволить задовольнити зростаючі потреби ринку та залучити нові категорії клієнтів.

Також географічна експансія компанії може бути реалізована через вихід на нові регіональні ринки, відкриття представництв у великих містах та налагодження ефективної дистриб'юторської мережі в сусідніх областях. Паралельно з цим, важливим напрямком є диверсифікація послуг, яка включає впровадження додаткових сервісів з проектування, консультування з питань будівництва та сервісного обслуговування встановленого обладнання та конструкцій.

Цифровізація продажів через створення сучасної онлайн-платформи для замовлень, візуалізації проектів та впровадження CRM-системи дозволить підвищити ефективність взаємодії з клієнтами та оптимізувати бізнес-процеси. Розвиток партнерських відносин передбачає активну співпрацю з будівельними компаніями, участь у державних тендерах та налагодження взаємодії з архітектурними бюро.

Модернізація виробництва через впровадження нових технологій є критично важливим напрямком для підвищення якості продукції та розширення

можливостей кастомізації. Сервісна інтеграція дозволить створювати комплексні рішення «під ключ», що включають весь спектр послуг від проектування до монтажу (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Напрямами розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез»

Напрямок розширення	Зміст та характеристика
Розширення асортименту продукції	Розробка та виготовлення нових типів конструкцій та виробів: модульні конструкції, енергоефективні будівельні елементи, спеціалізовані контейнери для промислового використання
Географічна експансія	Вихід на нові регіональні ринки, відкриття представництв у великих містах, налагодження дистриб'юторської мережі в сусідніх областях
Диверсифікація послуг	Впровадження послуг з проектування, консультування з питань будівництва, сервісного обслуговування встановленого обладнання та конструкцій
Цифровізація продажів	Створення онлайн-платформи для замовлень, візуалізації проектів та відстеження виконання замовлень, впровадження CRM-системи
Розвиток партнерських відносин	Укладання довгострокових контрактів з будівельними компаніями, участь у державних тендерах, співпраця з архітектурними бюро
Модернізація виробництва	Впровадження нових технологій виробництва для підвищення якості продукції та розширення можливостей кастомізації
Сервісна інтеграція	Створення комплексних рішень «під ключ», включаючи проектування, виготовлення, доставку та монтаж
Інноваційний розвиток	Створення R&D відділу для розробки інноваційних будівельних рішень та технологій
Маркетингова активність	Посилення присутності в професійних медіа, участь у галузевих виставках, проведення демонстрацій продукції

Джерело: складено автором

Впровадження клієнтоорієнтованого підходу через розробку програм лояльності та персоналізованих пропозицій дозволить підвищити рівень задоволеності клієнтів та збільшити кількість повторних замовлень. Інноваційний розвиток компанії може бути забезпечений через створення відділу для розробки інноваційних будівельних рішень та технологій.

Посилення маркетингової активності через участь у галузевих виставках, проведення демонстрацій продукції та активну присутність у професійних медіа дозволить підвищити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів.

Заплановані показники факторів конкурентоспроможності ТОВ «Енерго Синтез» демонструють позитивну динаміку розвитку підприємства. На даний

момент загальна сума фактичних показників становить 23 бали, тоді як планові показники передбачають досягнення 29 балів, що свідчить про загальне зростання конкурентоспроможності на 26,1% (табл. 3.2)

Таблиця 3.2 – Планові показники факторів конкурентоспроможності ТОВ «Енерго Синтез»

Назва фактора	ТОВ «Енерго Синтез»		Різниця	
	Факт	План	Бали	%
Імідж підприємства	2	3	+1	+50
Асортимент товарів та послуг	5	5	0	0
Якість послуг	4	4	0	0
Рівень задоволеності клієнтів	4	5	+1	+25
Цінова політика	3	4	+1	+33,3
Маркетинг та комунікації	2	4	+2	+100
Лояльність до клієнтів, бонусні програми, акції	3	4	+1	+33,3
Разом	23	29	+6	+26,1

Джерело: складено автором

Найбільш суттєве зростання очікується у сфері маркетингу та комунікацій, де планується підвищення показника з 2 до 4 балів, що становить 100% приросту. Це безпосередньо пов'язано з запропонованими напрямками розширення торговельного потенціалу, зокрема через посилення маркетингової активності, участь у галузевих виставках та розвиток цифрових каналів комунікації.

Значне поліпшення передбачається в іміджі підприємства - зростання на 50% (з 2 до 3 балів), що може бути досягнуто через впровадження інноваційних технологій, розвиток екологічного напрямку та підвищення якості обслуговування клієнтів. Планується підвищення рівня задоволеності клієнтів на 25% (з 4 до 5 балів), що корелює з впровадженням клієнтоорієнтованого підходу та розширенням спектру послуг.

Цінова політика та програми лояльності також демонструють позитивну динаміку з планованим зростанням на 33,3% кожен (з 3 до 4 балів). При цьому такі показники як асортимент товарів та послуг (5 балів) та якість послуг (4 бали) залишаються на стабільно високому рівні.

В цілому, можна зробити висновок, що запропоновані напрямки розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез» матимуть суттєвий позитивний вплив на фактори конкурентоспроможності підприємства. Комплексний підхід до розвитку, який включає модернізацію виробництва, розширення географії діяльності, впровадження інновацій та посилення клієнтоорієнтованості, дозволить досягти запланованого підвищення конкурентоспроможності на 26,1%. Особливо важливим є те, що найбільше зростання очікується у сферах, які безпосередньо впливають на ринкову позицію підприємства - маркетинг, імідж та взаємодія з клієнтами, що свідчить про правильність обраної стратегії розвитку.



Рисунок 3.1 – Багатокутник конкурентоспроможності ТОВ «Енерго Синтез» (факт/план) та лідера на ринку

Джерело: побудовано автором на основі аналітичних даних підприємства

Аналіз факторів конкурентоспроможності ТОВ «Енерго Синтез» у порівнянні з лідером ринку ПП «Ритм» демонструє динаміку поточного стану та

перспектив розвитку підприємства. На даний момент загальна сума фактичних показників ТОВ «Енерго Синтез» складає 23 бали, що лише на 1 бал менше від показника лідера ринку (24 бали), при цьому планові показники підприємства передбачають досягнення 29 балів, що значно перевищить поточні показники конкурента.

Планові показники ТОВ «Енерго Синтез» демонструють стратегію розвитку, яка передбачає не лише досягнення рівня конкурента, але й перевищення його показників у більшості категорій. Зокрема, планується підвищити рівень задоволеності клієнтів до 5 балів, покращити цінову політику, маркетинг та комунікації, а також програми лояльності до 4 балів, що перевищить поточні показники лідера ринку.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що ТОВ «Енерго Синтез» розраховує значно посилити власну конкурентну позицію, маючи лише незначне відставання від лідера ринку за загальною сумою показників. При цьому підприємство має чітку стратегію посилення своїх конкурентних позицій, яка передбачає не лише досягнення рівня конкурента, але й перевищення його показників. Особливо важливим є те, що планові показники передбачають розвиток саме тих напрямків, де наразі спостерігається відставання від лідера ринку, що свідчить про системний підхід до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Запропоновані напрямки розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» формують комплексну стратегію розвитку підприємства, яка охоплює всі ключові аспекти діяльності. Успішна реалізація цих напрямків дозволить підприємству зміцнити свої позиції на ринку, розширити клієнтську базу та підвищити конкурентоспроможність.

Важливо відзначити, що впровадження запропонованих ініціатив повинно відбуватися поетапно, з урахуванням наявних ресурсів та можливостей підприємства, а також з постійним моніторингом ефективності впроваджених змін.

3.2 Реалізація комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу підприємства

Реалізація комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» здійснюватиметься в декілька етапів: першочергового (табл. 3.3), технологічного (табл. 3.5) та заключного (табл. 3.8).

Таблиця 3.3 – Першочерговий комплекс практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу «Енерго Синтез»

Напрямок	Практичні заходи	Очікуваний результат	Часові рамки
Цифровізація продажів	1. Розробка онлайн-каталогу продукції 2. Впровадження CRM-системи 3. Створення особистого кабінету клієнта	Здійснення онлайн-продажів, скорочення часу обробки замовлень на 60%	4-6 місяців
Маркетингова активність	1. Розробка маркетингової стратегії 2. Участь у галузевих виставках 3. Створення контент-плану 4. Запуск рекламних кампаній	Підвищення впізнаваності бренду на 40%, збільшення кількості звернень на 35%	3-4 місяці
Програма лояльності	1. Розробка системи знижок та бонусів 2. Впровадження CRM для відстеження історії клієнтів 3. Розробка системи рекомендацій	Збільшення повторних продажів на 30%, зростання фінансових надходжень на 20%	2-3 місяці
Підвищення кваліфікації персоналу	1. Розробка програм навчання 2. Проведення тренінгів 3. Стажування у партнерів 4. Система атестації	Підвищення продуктивності праці на 25%, зниження плинності кадрів на 20%	3-6 місяців

Джерело: складено автором

Впровадження цифровізації продажів, що включає розробку онлайн-каталогу, впровадження CRM-системи та створення особистого кабінету клієнта, планується реалізувати протягом 4-6 місяців та має призвести до значного скорочення часу обробки замовлень на 60%. Маркетингова активність, запланована на 3-4 місяці, спрямована на підвищення впізнаваності бренду на 40% та збільшення кількості звернень на 35% через участь у галузевих виставках та проведення рекламних кампаній. Програма лояльності, термін впровадження якої становить 2-3 місяці, націлена на збільшення повторних продажів на 30% та

зростання фінансових надходжень на 20%. Особлива увага приділяється підвищенню кваліфікації персоналу, що має забезпечити підвищення продуктивності праці на 25% і знизити плинність кадрів на 20%. Загальний термін реалізації всіх заходів складає від 2 до 6 місяців (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Реалізація першочергового комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу «Енерго Синтез»

Назва дії	Відповідальна особа	Вартість (тис. грн)	Термін виконання
Цифровізація продажів			
Створення та тестування онлайн-каталогу на сторонній платформі	Команда розробників /сторонні виконавці/	60,0	2 місяці
Впровадження CRM-системи КееріпCRM (вітчизняна розробка)	Директор, бухгалтер	80,0	1 місяць
Розробка особистого кабінету клієнта	Команда розробників	100,0	1,5 місяці
Маркетингова активність			
Розробка маркетингової стратегії	Директор, маркетолог	40,0	3 тижні
Підготовка та участь у виставці «БудЕкспо» м. Київ	Маркетолог	50,0	1 місяць
Запуск таргетованої реклами	Маркетолог	65,0	1 місяць
Створення відео-контенту про продукцію	Директор, маркетолог	60,0	1 місяць
Програма лояльності			
Розробка системи знижок та бонусів	Директор, бухгалтер	20,0	2 тижні
Налаштування CRM для програми лояльності та її тестування	Бухгалтер	65,0	3 тижні
Створення системи рекомендацій	Менеджер з продажів	15,0	2 тижні
Підвищення кваліфікації персоналу			
Проведення серії тренінгів з продажів	Зовнішній тренер	80,0	2 місяці
Організація стажування у партнерів	Директор, бухгалтер	45,0	1 місяць

Джерело: складено автором

Загальна вартість усіх запланованих заходів першочергового комплексу складає 680,0 тис. грн, які розподілені за чотирма основними напрямками: цифровізація продажів, маркетингова активність, програма лояльності та підвищення кваліфікації персоналу. Найбільш витратним напрямком є цифровізація продажів, на яку планується витратити 240,0 тис. грн, що включає

створення онлайн-каталогу, впровадження CRM-системи та розробку особистого кабінету клієнта. На маркетингову активність передбачено 215,0 тис. грн, які будуть спрямовані на розробку маркетингової стратегії, участь у виставці, запуск таргетованої реклами та створення відео-контенту. Програма лояльності потребує 100,0 тис. грн інвестицій для розробки системи знижок, налаштування CRM та створення системи рекомендацій. На підвищення кваліфікації персоналу виділено 125,0 тис. грн, які підуть на проведення тренінгів з продажів та організацію стажування у партнерів. За термінами реалізації найдовшими є проекти зі створення онлайн-каталогу та проведення тренінгів (по 2 місяці кожен), тоді як найкоротші терміни мають розробка системи знижок та створення системи рекомендацій (по 2 тижні).

Після реалізації першочергового комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу «Енерго Синтез» наступним кроком є реалізація технологічного етапу (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Технологічний етап комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу «Енерго Синтез»

Напрямок	Практичні заходи	Очікуваний результат	Часові рамки
Розширення асортименту	1. Проведення маркетингового дослідження попиту на нові види продукції 2. Розробка технічної документації для нових виробів 3. Закупівля додаткового обладнання 4. Навчання персоналу новим технологіям виробництва	Збільшення асортименту на 30%, зростання продажів на 25%	6-9 місяців
Модернізація виробництва	1. Модернізація виробництва 2. Оптимізація виробничих процесів	Підвищення продуктивності на 40%, зниження браку на 15%	12-18 місяців
Сервісна інтеграція	1. Формування команди монтажників 2. Закупівля спеціального обладнання	Збільшення доходу від сервісних послуг на 30%, підвищення лояльності клієнтів на 25%	4-6 місяців

Джерело: складено автором

Аналіз технологічного етапу комплексу практичних заходів щодо розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» демонструє

три основні напрямки розвитку. У рамках розширення асортименту, яке триватиме 6-9 місяців, планується проведення маркетингового дослідження, розробка технічної документації, закупівля додаткового обладнання та навчання персоналу, що має призвести до збільшення асортименту на 30% та зростання продажів на 25%. Модернізація виробництва, запланована на 12-18 місяців, включає аудит поточного обладнання, безпосередньо модернізацію та оптимізацію виробничих процесів, в результаті чого очікується підвищення продуктивності на 40% та зниження рівня браку на 15%. Третій напрямок - сервісна інтеграція, розрахована на 4-6 місяців, передбачає формування команди монтажників та закупівлю спеціального обладнання, що має забезпечити зростання доходу від сервісних послуг на 30% та підвищення лояльності клієнтів на 25%.

Такий комплексний підхід до технологічного оновлення дозволить компанії значно посилити свої конкурентні позиції на ринку, розширити можливості виробництва та покращити якість обслуговування клієнтів, що в сукупності створить міцну основу для подальшого сталого розвитку підприємства.

Аналіз розширення асортименту послуг ТОВ «Енерго Синтез» та його конкурентів демонструє значні перспективи розвитку компанії (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Розширення асортименту послуг ТОВ «Енерго синтез» та його конкурентів

Продукція/послуги	ТОВ «Енерго Синтез» /факт/	ТОВ «Енерго Синтез» /план/	ПП «Ритм»	ПП «Метал-Конструкція»
Виробництво металевих дверей і вікон	Ні	Так	Так	Ні
Виробництво та монтаж столярних виробів	Ні	Ні	Так	Ні
Будівництво та обслуговування житлових і нежитлових будівель	Ні	Так	Ні	Так
Будівництво та обслуговування швидко монтованих будівель	Ні	Так	Ні	Ні

Джерело: складено автором

На даний момент компанія не надає жодної з представлених у таблиці послуг, проте планує суттєво розширити свій асортимент. Згідно з планом, підприємство має намір впровадити виробництво металевих дверей і вікон, а також освоїти будівництво та обслуговування як житлових і нежитлових будівель, так і швидкокомтованих конструкцій. Порівняльний аналіз з конкурентами показує, що ПП «Ритм» спеціалізується на виробництві металевих дверей і вікон, а також столярних виробів та їх монтажі, тоді як ПП «Метал-Конструкція» зосереджене лише на будівництві та обслуговуванні житлових і нежитлових будівель. Особливо перспективним виглядає планове впровадження послуг з будівництва та обслуговування швидкокомтованих будівель, оскільки жоден з конкурентів не пропонує цей напрямок, що може стати суттєвою конкурентною перевагою для ТОВ «Енерго Синтез» на ринку.

Таблиця 3.7 – Реалізація технологічного етапу розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Назва дії	Відповідальна особа	Вартість (тис. грн)	Термін виконання
Розширення асортименту			
Розробка технічної документації для нових виробів	Інженер	20,0	3 місяці
Закупівля додаткового обладнання для виробництва	Директор, інженер	850,0	2 місяці
Модернізація виробництва			
Закупівля нового обладнання	Директор, інженер	890,0	3 місяці
Монтаж та налаштування обладнання	Інженер	250,0	2 місяці
Навчання персоналу роботі з новим обладнанням	Інженер	50,0	2 місяці
Сервісна інтеграція			
Формування команди монтажників	Інженер	20,0	1 місяць
Закупівля спеціального обладнання для монтажу	Інженер	150,0	2 місяці
Навчання монтажників	Інженер	40,0	1 місяць
Документаційне забезпечення			
Розробка технічних регламентів	Інженер	60,0	2 місяці
Сертифікація нової продукції	Директор, інженер	80,0	2 місяці

Джерело: складено автором

Аналіз реалізації технологічного етапу розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» показує, що загальна вартість усіх запланованих заходів становить 2410,0 тис. грн.

Найбільш витратними напрямками є модернізація виробництва та розширення асортименту, на які припадає 1190,0 тис. грн та 870,0 тис. грн відповідно. Зокрема, значні інвестиції потребуються на закупівлю нового обладнання (890 тис. грн) та додаткового обладнання для виробництва (850,0 тис. грн). На сервісну інтеграцію планується витратити 210,0 тис. грн, а на документаційне забезпечення - 140,0 тис. грн.

Щодо термінів виконання, найдовші терміни мають розробка технічної документації для нових виробів та закупівля нового обладнання - по 3 місяці кожен етап. Більшість інших заходів розраховані на 1-2 місяці виконання. Основна відповідальність за реалізацію заходів покладена на інженера та директора підприємства, при цьому інженер відповідає за більшість технічних та навчальних аспектів, а директор залучений до процесів, пов'язаних із значними фінансовими інвестиціями та сертифікацією. Такий розподіл ресурсів та відповідальності має забезпечити ефективну реалізацію технологічного етапу розширення торговельного потенціалу підприємства.

Таблиця 3.8 – Заключний етап комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Напрямок	Практичні заходи	Очікуваний результат	Часові рамки
Розвиток партнерської мережі	1. Створення бази потенційних партнерів 2. Розробка партнерської програми 3. Проведення презентацій для партнерів 4. Укладання довгострокових контрактів	Збільшення кількості партнерів на 40%, зростання обсягу оптових продажів на 35%	3-4 місяці
Географічна експансія	1. Аналіз регіональних ринків 2. Відкриття представництв у нових регіонах Сумської області 3. Налагодження логістики 4. Набір регіональних менеджерів	Вихід на 3-4 нових регіональних ринки, зростання продажів на 45%	8-12 місяців

Джерело: складено автором

Заключний етап комплексу практичних заходів з розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» зосереджений на двох ключових напрямках: розвитку партнерської мережі та географічній експансії. Розвиток партнерської мережі, розрахований на 3-4 місяці, включає створення бази потенційних партнерів, розробку партнерської програми, проведення презентацій та укладання довгострокових контрактів. Від реалізації цих заходів очікується збільшення кількості партнерів на 40% та зростання обсягу оптових продажів на 35%. Географічна експансія, запланована на 8-12 місяців, передбачає аналіз регіональних ринків, відкриття представництв у нових регіонах Сумської області, налагодження логістики та набір регіональних менеджерів. Результатом цього напрямку має стати вихід на 3-4 нових регіональних ринки та зростання продажів на 45%.

Такий комплексний підхід до розширення діяльності дозволить компанії значно збільшити свою присутність на ринку, диверсифікувати канали збуту та створити стабільну основу для подальшого розвитку бізнесу в регіоні.

Таблиця 3.9 – Реалізація заключного етапу розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Назва дії	Відповідальна особа	Вартість (тис. грн)	Термін виконання
Розвиток партнерської мережі			
Створення та наповнення бази потенційних партнерів	Менеджер з продажів	20,0	1 місяць
Розробка партнерської програми та умов співпраці	Директор, бухгалтер	25,0	2 місяці
Підготовка презентаційних матеріалів	Маркетолог	20,0	1 місяць
Юридичний супровід укладання довгострокових контрактів	Юрист	35,0	1 місяць
Географічна експансія			
Проведення аналізу регіональних ринків	Маркетолог	45,0	2 місяці
Пошук та оренда приміщень для представництв	Маркетолог	40,0	3 місяці
Ремонт та облаштування представництв	Інженер	250,0	3 місяці
Підбір та навчання регіональних менеджерів	Директор, бухгалтер	120,0	2 місяці

Джерело: складено автором

Аналіз реалізації заключного етапу розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» показує, що загальна вартість усіх запланованих заходів становить 555,0 тис. грн.

На розвиток партнерської мережі планується витратити 100,0 тис. грн, що включає створення бази потенційних партнерів (20,0 тис. грн), розробку партнерської програми (25,0 тис. грн), підготовку презентаційних матеріалів (20,0 тис. грн) та юридичний супровід контрактів (35,0 тис. грн). Географічна експансія потребує більших інвестицій - 455,0 тис. грн, де найбільш витратними є ремонт та облаштування представництв (250,0 тис. грн) та підбір і навчання регіональних менеджерів (120,0 тис. грн).

Щодо термінів виконання, найдовші терміни мають пошук та оренда приміщень для представництв, а також їх ремонт та облаштування - по 3 місяці кожен етап. Відповідальність за реалізацію заходів розподілена між різними фахівцями: маркетологом, директором, бухгалтером, менеджером з продажів, юристом та інженером, що забезпечує професійний підхід до кожного аспекту розширення діяльності підприємства.

Реалізація всього комплексу заходів потребує значних інвестицій та чіткої координації всіх підрозділів підприємства (табл. 3.10).

Таблиця 3.10 – Загальні витрати на реалізацію етапів розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Назва дії	Відповідальні особи	Вартість (тис. грн)	Термін виконання
Цифровізація продажів	Директор, бухгалтер	240,0	4-6 місяців
Маркетингова активність	Директор, маркетолог	215,0	3-4 місяці
Програма лояльності	Директор, бухгалтер	100,0	2-3 місяці
Підвищення кваліфікації персоналу	Директор, бухгалтер	125,0	3-6 місяців
Розширення асортименту	Директор, інженер	870,0	6-9 місяців
Модернізація виробництва	Директор, інженер	1190,0	12-18 місяців
Сервісна інтеграція	Директор, інженер	210,0	4-6 місяців
Документаційне забезпечення	Директор, інженер	140,0	3-4 місяці
Розвиток партнерської мережі	Менеджер з продажів	100,0	3-4 місяці
Географічна експансія	Директор, бухгалтер	455,0	8-12 місяців
Разом		3645,0	2-18 місяців

Джерело: розраховано автором

Аналіз загальних витрат на реалізацію етапів розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» демонструє, що загальна сума інвестицій складає 3645 тис. грн, а терміни виконання варіюються від 2 до 18 місяців.

Найбільш витратними напрямками є модернізація виробництва (1190,0 тис. грн) та розширення асортименту (870,0 тис. грн), що разом становить більше половини загального бюджету. Значні інвестиції також передбачені для географічної експансії (455,0 тис. грн), цифровізації продажів (240,0 тис. грн) та маркетингової активності (215,0 тис. грн).

Щодо термінів реалізації, найдовший період виконання має модернізація виробництва (12-18 місяців) та географічна експансія (8-12 місяців), тоді як програма лояльності може бути впроваджена найшвидше (2-3 місяці). Відповідальність за виконання завдань розподілена між ключовими особами компанії - директором, бухгалтером, інженером, маркетологом та менеджером з продажів, що забезпечує комплексний підхід до реалізації проєкту.

Впровадження заходів відбуватиметься поетапно, починаючи з тих, що потребують менших інвестицій та дають швидкий результат (програма лояльності, маркетингова активність), поступово переходячи до більш капіталомістких проєктів (модернізація виробництва, експортний розвиток). Важливо також забезпечити постійний моніторинг ефективності впроваджених заходів та їх коригування в залежності від отриманих результатів.

3.3 Економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства

Розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез» має комплексний та багатогранний вплив на його економічну діяльність, зокрема на обсяги товарної продукції та ключові фінансово-економічні показники. Процес нарощування торговельного потенціалу передбачає системне вдосконалення маркетингової стратегії, оптимізацію каналів збуту, розширення асортименту та

географії продажів, що безпосередньо позначається на економічних результатах господарської діяльності підприємства.

Збільшення торговельного потенціалу супроводжується нарощуванням обсягів товарної продукції внаслідок освоєння нових ринкових сегментів, підвищення конкурентоспроможності продукції та впровадження ефективних маркетингових інструментів. Це дозволяє диверсифікувати свою діяльність, залучати нових клієнтів та розширювати існуючі ринки збуту (табл. 3.11).

Таблиця 3.11 – Прогнозні об'єми товарної продукції ТОВ «Енерго Синтез»

Назва	Рік						Відхилення	
	2023 /факт/		2026 /план/		2027 /план/		2027 від 2023 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Реалізація металевих баків, резервуарів, контейнерів	32,5	19,3	53,6	14,2	91,2	11,5	58,7	180,5
Виробництво та реалізація будівельних армованих плит	24,8	14,7	44,6	11,9	82,6	10,4	57,8	233,0
Ремонт будівельного електрообладнання	15,5	9,2	24,8	6,6	40,9	5,1	25,4	164,0
Ремонт трубопроводів	26,3	15,6	35,5	9,4	49,7	6,3	23,4	89,0
Монтаж водопровідного обладнання	7,2	4,3	10,4	2,8	13,7	1,7	6,5	90,1
Монтаж систем опалення	30,8	18,3	49,9	13,2	77,3	9,7	46,5	151,1
Надання в оренду будівельного обладнання	31,3	18,6	39,1	10,4	45,0	5,7	13,7	43,8
Виробництво металевих дверей і вікон	0,0	0,0	55,9	14,8	69,9	8,8	69,9	100,0
Будівництво та обслуговування житлових і нежитлових будівель	0,0	0,0	62,8	16,7	84,8	10,7	84,8	100,0
Будівництво та обслуговування швидко монтованих будівель	0,0	0,0	0,0	0,0	240,0	30,2	240,0	100,0
Разом	168,4	100,0	376,7	100,0	795,0	100,0	626,6	372,1

Джерело: розраховано автором

Аналіз прогнозних об'ємів товарної продукції ТОВ «Енерго Синтез» демонструє стійку позитивну динаміку зростання. Загальний обсяг реалізації товарної продукції збільшиться з 168,4 тис. грн у 2023 році до 795,0 тис. грн у

2027 році, що становить 372,1% приросту. Найбільш вагомими напрямками діяльності стануть будівництво та обслуговування швидкокомтованих будівель (240,0 тис. грн), реалізація металевих баків, резервуарів та контейнерів (91,2 тис. грн), а також виробництво та реалізація будівельних армованих плит (82,6 тис. грн). Підприємство планує диверсифікацію діяльності, про що свідчить поява нових напрямків, зокрема виробництво металевих дверей і вікон та будівництво житлових і нежитлових будівель. Прогнозні розрахунки вказують на послідовне нарощування потенціалу та розширення спектру економічної діяльності підприємства.

Позитивні трансформації торговельного потенціалу безпосередньо впливають на формування фінансово-економічних показників. Зокрема, нарощування обсягів реалізації призводить до збільшення чистого доходу підприємства. Водночас, розширення каналів збуту та оптимізація виробничих процесів можуть сприяти зниженню собівартості продукції за рахунок ефекту масштабу, впровадження інноваційних технологій та більш раціонального використання ресурсів.

Економічним наслідком нарощування торговельного потенціалу є зростання прибутковості підприємства. Збільшення чистого доходу на тлі контрольованих витрат створює передумови для нарощування абсолютних показників прибутку. Крім того, розширення торговельного потенціалу позитивно впливає на рентабельність, оскільки дозволяє підприємству більш ефективно використовувати наявні ресурси, оптимізувати витратну частину та генерувати вищий рівень доходності.

Важливим аспектом є також синергетичний ефект від розширення торговельного потенціалу, який проявляється у взаємопов'язаному покращенні різних економічних показників. Диверсифікація діяльності, вихід на нові ринки, впровадження інноваційних маркетингових стратегій створюють мультиплікативний ефект зростання економічної ефективності підприємства.

Таблиця 3.11 – Прогнозні фінансово-економічні показники ТОВ «Енерго Синтез»

Показник	Рік			Динаміка	
	2023	2026	2027	абсолютна	відносна, разів
Чистий дохід від реалізації продукції	168,5	376,7	795,0	+626,5	3,7
Інші доходи	0,00	700,0	2600,0	+2600	100,0
Разом доходи	168,5	1 076,7	3 395,0	+3226,5	19,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	94,1	287,3	369,4	+275,3	2,9
Інші операційні витрати	71,7	680	2965	+2893,3	40,4
Разом витрати	165,8	967,3	3334,4	+3168,6	19,1
Фінансовий результат до оподаткування	2,7	109,4	60,6	+57,9	21,4
Податок на прибуток	0,5	23,5	13,0	+12,5	25,0
Чистий прибуток (збиток)	2,2	85,8	47,6	+45,4	20,6
Рівень рентабельності, %	2,34	29,9	12,9	-	10,5 п.п.

Джерело: розраховано автором

Фінансово-економічні показники ТОВ «Енерго Синтез» демонструють значне зростання. Чистий дохід збільшиться з 168,5 тис. грн у 2023 році до 795,0 тис. грн у 2027 році, що становить 3,7-кратне зростання. Особливо суттєве збільшення спостерігається в інших доходах - з 0 до 2600,0 тис. грн. Загальні доходи зростуть у 19,1 рази. Собівартість реалізованої продукції збільшиться майже втричі. Чистий прибуток підвищиться з 2,2 тис. грн до 47,6 тис. грн, що демонструє позитивну динаміку фінансових результатів. Рівень рентабельності зросте з 2,34% до 12,9%, що свідчить про підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

Прогноз руху готівки відображає потенціал розширення діяльності через збільшення грошових надходжень: зростання чистого доходу від 168,5 тис. грн у 2023 році до 795,0 тис. грн у 2027 році демонструє суттєве нарощування фінансових можливостей підприємства, диверсифікацію джерел доходів та підвищення спроможності залучати додаткові кошти для реалізації нових напрямків торговельної діяльності. Позитивна динаміка руху грошових коштів

підтверджує спроможність підприємства генерувати прибуток та інвестувати в розширення торговельного потенціалу. Нами приведені прогностні показники надходження фінансових коштів від розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез» терміном на 5 років (табл. 3.12).

Таблиця 3.12 – Прогноз руху готівки (надходження) за терміни реалізації комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Надходження	Роки				
	1	2	3	4	5
	2026	2027	2028	2029	2030
Реалізація металевих баків, резервуарів, контейнерів	53,6	91,2	118,5	154,1	184,9
Виробництво та реалізація будівельних армованих плит	44,6	82,6	107,4	139,6	181,4
Ремонт будівельного електрообладнання	24,8	40,9	47,1	61,2	70,4
Ремонт трубопроводів	35,5	49,7	54,7	71,1	78,2
Монтаж водопровідного обладнання	10,4	13,7	15,1	19,6	21,5
Монтаж систем опалення	49,9	77,3	82,0	106,6	113,0
Надання в оренду будівельного обладнання	39,1	45,0	47,2	61,4	64,5
Виробництво металевих дверей і вікон	55,9	69,9	80,4	128,6	147,9
Будівництво та обслуговування житлових і нежитлових будівель	62,8	84,8	101,7	162,8	195,3
Будівництво та обслуговування швидко монттованих будівель	0,0	240,0	300,0	480,0	600,0
Участь у грантових програмах та державних Програмах підтримки розвитку підприємництва	0,0	2 600,0	0,0	0,0	0,0
Разом	376,7	3 395,0	954,0	1 384,8	1 657,0

Джерело: розраховано автором

Прогноз руху готівки ТОВ «Енерго Синтез» демонструє стійке зростання надходжень з поступовою диверсифікацією джерел доходів. Найбільше зростання очікується у напрямках будівництва та обслуговування швидкокомтованих будівель (від 0 до 600,0 тис. грн), а також у будівництві та обслуговуванні житлових і нежитлових будівель (від 62,8 до 195,3 тис. грн). Суттєвим джерелом надходжень у 2027 році стануть грантові програми та

державні програми підтримки підприємництва обсягом 2 600,0 тис. грн. Загальні надходження демонструють динаміку від 376,7 тис. грн у 2026 році до 1 657,0 тис. грн у 2030 році, що підтверджує стабільне розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез».

Таблиця 3.13 – Прогноз руху готівки (витрати) за терміни реалізації комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Витрати	Роки					
	0	1	2	3	4	5
		2026	2027	2028	2029	2030
Кредитні ресурси	700,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Додаткові виплати на заробітну плату	0,0	120,0	432,0	360,0	360,0	360,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	0,0	287,3	369,4	424,8	488,5	561,8
Маркетингова активність	0,0	215,0	120,0	80,0	100,0	120,0
Програма лояльності	0,0	100,0	150,0	120,0	140,0	140,0
Підвищення кваліфікації персоналу	0,0	125,0	80,0	60,0	20,0	20,0
Розвиток партнерської мережі	0,0	100,0	80,0	120,0	120,0	80,0
Разом	700	947,0	1231,0	1165,0	1229,0	1282,0

Джерело: розраховано автором

На основі наданої таблиці прогнозу руху готівки для ТОВ «Енерго Синтез» можна проаналізувати витрати підприємства за період з 2026 по 2030 роки. Початковий рік (0) характеризується залученням кредитних ресурсів обсягом 700,0 тис. грн, після чого витрати розподіляються за різними напрямками. Протягом наступних років спостерігається поступове збільшення витрат на заробітну плату: з 120,0 тис. грн у 2026 році до 360,0 тис. грн у 2028-2030 роках. Собівартість реалізованої продукції також має стійку тенденцію до зростання - від 287,3 тис. грн у 2026 році до 561,8 тис. грн у 2030 році.

Маркетингова активність підприємства коливається в межах 80,0-215,0 тис. грн, з поступовою стабілізацією витрат на рівні 100,0-120,0 тис. грн у

наступні роки. Витрати на програму лояльності демонструють поступове збільшення з 100,0 тис. грн у 2026 році до 140,0 тис. грн у 2029-2030 роках. Підвищення кваліфікації персоналу має низхідну динаміку - від 125,0 тис. грн у 2026 році до 20,0 тис. грн у 2029-2030 роках. Витрати на розвиток партнерської мережі варіюються від 80,0 до 120,0 тис. грн щороку.

Загальні сукупні витрати підприємства збільшуються з 947,0 тис. грн у 2026 році до 1282,0 тис. грн у 2030 році, що свідчить про поступове розширення масштабів діяльності та інвестування в різні напрямки розвитку підприємства.

Таблиця 3.14 – Кумулятивний грошовий потік за терміни реалізації комплексу практичних заходів по розширенню торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез»

Показник	Роки					
	0	1	2	3	4	5
		2026	2027	2028	2029	2030
Разом надходжень	0,0	376,7	3 395,0	954,0	1 384,8	1 657,0
Разом витрат	700	947	1231	1165	1229	1282
Чистий грошовий потік	-700	-571	2164	-211	156	375
Кумулятивний грошовий потік	-700	-1271	893	682	838	1214

Джерело: розраховано автором

Аналіз кумулятивного грошового потоку ТОВ «Енерго Синтез» за 2026-2030 роки демонструє динамічну картину фінансових надходжень та витрат. Початковий рік характеризується від'ємним грошовим потоком у -700 тис. грн через інвестиції, проте вже у 2027 році спостерігається значне зростання надходжень до 3 395,0 тис. грн. Грошові надходження підприємства мають нерівномірний характер: після піку в 3 395,0 тис. грн у 2027 році вони знижуються до 954,0 тис. грн у 2028 році, а потім поступово зростають до 1 657,0 тис. грн у 2030 році. Витрати підприємства також поступово збільшуються - від 947,0 тис. грн у 2026 році до 1 282,0 тис. грн у 2030 році.

Чистий грошовий потік демонструє позитивну динаміку: після від'ємних значень у перші два роки (-700,0 та -571,0 тис. грн) він стає позитивним, досягаючи 156,0 тис. грн у 2029 році та 375,0 тис. грн у 2030 році. Кумулятивний

грошовий потік також підтверджує ефективність запропонованих заходів - від'ємне значення -1 271,0 тис. грн у 2026 році змінюється на позитивне 1 214,0 тис. грн у 2030 році.

Отримані результати свідчать про успішність комплексу практичних заходів з розширення торговельного потенціалу: поступове нарощування фінансових надходжень, контрольоване збільшення витрат та вихід на позитивний кумулятивний грошовий потік підтверджують економічну ефективність запропонованої стратегії розвитку ТОВ «Енерго Синтез».

В цілому, розширення торговельного потенціалу є потужним інструментом підвищення економічної результативності підприємства. Воно забезпечує нарощування обсягів товарної продукції, позитивно впливає на чистий дохід, сприяє оптимізації собівартості, збільшенню прибутку та підвищенню рентабельності. Стратегічний підхід до розвитку торговельного потенціалу дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до мінливих ринкових умов, але й забезпечувати стійке економічне зростання та конкурентоспроможність.

ВИСНОВКИ

В результаті дослідження напрямів розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго синтез» в сучасних умовах господарювання можемо зробити наступні висновки.

1. Досліджено теоретико-методичні аспекти розширення торговельного потенціалу підприємства.

Формування торговельного потенціалу відбувається під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, серед яких: кон'юнктура ринку, рівень конкуренції, державне регулювання, технологічні зміни, фінансово-економічна стабільність підприємства, управлінська спроможність керівництва. Динамічність цих факторів обумовлює необхідність постійного моніторингу та адаптації торговельного потенціалу до мінливих ринкових умов. Ключовою особливістю торговельного потенціалу є його здатність до саморозвитку та нарощування через впровадження інновацій, оптимізацію бізнес-процесів, підвищення кваліфікації персоналу та застосування сучасних маркетингових стратегій.

2. Надана організаційно-економічна характеристика ТОВ «Енерго синтез».

В процесі дослідження встановлено, що основним видом діяльності ТОВ «Енерго Синтез» є виробництво та реалізація матеріалів та інструментів для проведення будівельних робіт, а також можливість виконання підрядних будівельних та монтажних робіт власними ресурсами.

Проведений аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Енерго Синтез» демонструє суттєве погіршення фінансових результатів підприємства у 2023 році порівняно з 2021 роком. Зокрема, чистий дохід від реалізації скоротився на 49,6%, досягнувши рівня 168,5 тис. грн. Така ж динаміка спостерігається і за показником собівартості реалізованої продукції, яка зменшилася на 55,5%. Незважаючи на скорочення інших операційних витрат на 26,1%, загальні витрати знизились лише на 46,2%. В результаті, фінансовий результат до оподаткування зменшився на 89,6%, а чистий прибуток - на 91,5%,

становлячи лише 2,2 тис. грн. Рівень рентабельності скоротився на 9,9 процентних пункти, сягнувши 2,34%. Така негативна динаміка фінансових результатів свідчить про значне погіршення ефективності діяльності підприємства, можливі проблеми зі збутом, зростання витрат або ж неефективне управління.

3. Здійснено аналіз торговельного потенціалу підприємства та ефективності його використання.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про необхідність оптимізації існуючої системи каналів реалізації продукції ТОВ «Енерго синтез». Зокрема, доцільним є посилення роботи з ключовими клієнтами в сегменті прямих продажів, вдосконалення логістичних процесів при роботі з дистриб'юторами, а також розвиток сучасних каналів збуту через впровадження ефективних інструментів інтернет-маркетингу та покращення сервісного обслуговування у власному шоу-румі.

Для підвищення ефективності використання торговельного потенціалу підприємству необхідно зосередитися на зниженні рівня рекламацій через впровадження превентивних заходів: покращення системи контролю якості, оптимізацію процесів документообігу, підвищення кваліфікації персоналу та вдосконалення системи комунікації з клієнтами. Особливу увагу слід приділити сегментам з високим рівнем рекламацій, оскільки саме там існує найбільший потенціал для покращення показників ефективності.

4. Проведено оцінку конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку.

Встановлено, що ТОВ «Енерго Синтез» має загальний показник конкурентоспроможності 23 бали з можливих 35, що ставить підприємство на друге місце серед конкурентів. Найсильнішими конкурентними перевагами підприємства є широкий асортимент товарів та послуг (5 балів), висока якість послуг (4 бали) та високий рівень задоволеності клієнтів (4 бали). Ці показники свідчать про наявність міцної бази для реалізації торговельного потенціалу підприємства. Водночас, найнижчі оцінки компанія отримала за імідж

підприємства та маркетингові комунікації (по 2 бали), що вказує на слабкі місця в системі управління торговельним потенціалом. Середні показники демонструє цінова політика та програми лояльності (по 3 бали), що свідчить про наявність потенціалу для вдосконалення в цих напрямках. Порівняно з конкурентами, ТОВ «Енерго Синтез» має кращі позиції за асортиментом та якістю послуг, але поступається за іміджем, маркетинговими комунікаціями, та за програмами лояльності.

5. Розроблено стратегію розширення торговельного потенціалу підприємства.

Запропоновані напрямки розширення торговельного потенціалу ТОВ «Енерго Синтез» матимуть суттєвий позитивний вплив на фактори конкурентоспроможності підприємства. Комплексний підхід до розвитку, який включає модернізацію виробництва, розширення географії діяльності, впровадження інновацій та посилення клієнтоорієнтованості, дозволить досягти запланованого підвищення конкурентоспроможності на 26,1%. Особливо важливим є те, що найбільше зростання очікується у сферах, які безпосередньо впливають на ринкову позицію підприємства - маркетинг, імідж та взаємодія з клієнтами, що свідчить про правильність обраної стратегії розвитку. Успішна реалізація цих напрямків дозволить підприємству зміцнити свої позиції на ринку, розширити клієнтську базу та підвищити конкурентоспроможність.

6. Розроблено комплекс заходів щодо реалізації стратегії розширення торговельного потенціалу підприємства.

Аналіз загальних витрат на реалізацію етапів розширення торговельного потенціалу компанії «Енерго Синтез» демонструє, що загальна сума інвестицій складає 3645 тис. грн, а терміни виконання варіюються від 2 до 18 місяців. Найбільш витратними напрямками є модернізація виробництва (1190,0 тис. грн) та розширення асортименту (870,0 тис. грн), що разом становить більше половини загального бюджету. Значні інвестиції також передбачені для географічної експансії (455,0 тис. грн), цифровізації продажів (240,0 тис. грн) та маркетингової активності (215,0 тис. грн). Щодо термінів реалізації, найдовший

період виконання має модернізація виробництва (12-18 місяців) та географічна експансія (8-12 місяців), тоді як програма лояльності може бути впроваджена найшвидше (2-3 місяці). Відповідальність за виконання завдань розподілена між ключовими особами компанії - директором, бухгалтером, інженером, маркетологом та менеджером з продажів, що забезпечує комплексний підхід до реалізації проєкту.

7. Проведено економічне обґрунтування розширення торговельного потенціалу підприємства.

Отримані результати свідчать про успішність комплексу практичних заходів з розширення торговельного потенціалу: поступове нарощування фінансових надходжень, контрольоване збільшення витрат та вихід на позитивний кумулятивний грошовий потік підтверджують економічну ефективність запропонованої стратегії розвитку ТОВ «Енерго Синтез».

Прогноз руху готівки відображає потенціал розширення діяльності через збільшення грошових надходжень: зростання чистого доходу від 168,5 тис. грн у 2023 році до 795,0 тис. грн у 2027 році демонструє суттєве нарощування фінансових можливостей підприємства, диверсифікацію джерел доходів та підвищення спроможності залучати додаткові кошти для реалізації нових напрямків торговельної діяльності. Позитивна динаміка руху грошових коштів підтверджує спроможність підприємства генерувати прибуток та інвестувати в розширення торговельного потенціалу.

В цілому, розширення торговельного потенціалу є потужним інструментом підвищення економічної результативності підприємства. Воно забезпечує нарощування обсягів товарної продукції, позитивно впливає на чистий дохід, сприяє оптимізації собівартості, збільшенню прибутку та підвищенню рентабельності. Стратегічний підхід до розвитку торговельного потенціалу дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до мінливих ринкових умов, але й забезпечувати стійке економічне зростання та конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Baldwin R., Ito T. The smile curve: Evolving sources of value added in manufacturing. *Canadian Journal of Economics*. 2021. vol. 54 (4). pp. 1842–1880.
2. Ha L.T. Impacts of digital business on global value chain participation in European countries. *AI & Society: Knowledge, Culture and Communication*. 2022. vol. 39, pp. 1039–1064.
3. Mancini S., González J. L. C. Role of Technology Transfer, Innovation Strategy and Network: A Conceptual Model of Innovation Network to Facilitate the Internationalization Process of SMEs. *Technology and Investment*. 2021. Vol. 12. P. 82–128. DOI: <https://doi.org/10.4236/ti.2021.122006>. (дата звернення 12.10.2024).
4. Pidun U. Corporate Strategy: Theory and Practice. *Textdook*. P. 282. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-25426-1>.
5. Roblek V., Thorpe O., Bach M.P., Jerman A., Meško M. The Fourth Industrial Revolution and the Sustainability Practices: A Comparative Automated Content Analysis Approach of Theory and Practice. *Sustainability*. 2020. Vol. 12 (20). P. 84–97.
6. Богацька Н. М. Методичні підходи до оцінки платоспроможності сучасних підприємств. *Економічний простір*. 2020. № 41. С. 212-222.
7. Васи́лига С. М. Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2020. №1. С.121-125. URL: <http://www.economy.in.ua/index.php?op=1&z=4499&i=21>. (дата звернення 12.10.2024).
8. Вербівська Л. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю підприємства в контексті системного підходу. *Економічний простір*. 2023. №187. С. 78-83. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-13>. (дата звернення: 18.09.2024).
9. Викрикач М.М. Сучасний рівень трансферного потенціалу торговельних підприємств. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 40. С. 20-27. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-40-03>
10. Воронько-Невіднича Т. В., Гаращенко В. О., Титаренко К.О. Особливості управління результативністю підприємства за сучасних умов.

Management and entrepreneurship: trends of development. 2022. № 3(21). С.45-52.
DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-10>. (дата звернення: 24.09.2024).

11. Гурочкіна В.В., Менчинська О.М. Особливості формування та функціонування інтегрованих структур в глобальних ланцюгах створення вартості. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 3. С. 248–257.

12. Далик В. П., Чорній Б. І., Гарасим Л. С., Бобко О. В., Георгієвський Н. К., Фар'ян В. О. Забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2023. № 10. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/42620>. (дата звернення: 18.09.2024).

13. Дзюба К. Стратегічний менеджмент як інструмент підвищення ефективності управління підприємством. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/02/216.pdf>. (дата звернення 12.10.2024).

14. Діденко Є. О., Чумак О. В. Теоретико-методичні засади забезпечення ефективності функціонування підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7581> (дата звернення: 18.09.2024).

15. Забара Д. Механізми розширення торговельного потенціалу підприємства. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку» (17-18 квітня 2024 р.). Суми, 2024. С. 265-268.

16. Забара Д. В. Підходи по удосконаленню системи управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. Збірник тез доповідей Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента (18-22 листопада 2024 р.). Суми, 2024. С. 445.

17. Загальна інформація про ТОВ «Енерго Синтез». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/44304007/.

18. Замула І. В. Аналіз фінансового стану підприємства в умовах комп'ютеризації. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2020. С.199. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/322383101.pdf#page=199> (дата звернення: 20.09.2024).
19. Іполітова І.Я. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка і суспільство*. 2023. Випуск 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>.
20. Кащена Н.Б. Механізм управління економічною активністю підприємств торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31 (70). № 3. С. 163-169.
21. Костецька Н. І. Стратегічне планування діяльності підприємств: теоретичні аспекти. *Інноваційна економіка*. 2020. № 7-8. С. 65-71. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/676/745>. (дата звернення 20.05.2024).
22. Осташко Т.О. Розвиток національної торговельної політики для підвищення конкурентоспроможності економіки України. Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2021. 313 с.
23. Рекуненко І., Бондаренко А., Кобушко Я. Управління конкурентоспроможністю малих та середніх підприємств в ринкових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2023. №56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-54>. (дата звернення: 24.09.2024).
24. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Трансформація взаємодії суб'єктів ринку в умовах диджиталізації маркетингу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 112–117. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-18>.
25. Свінарьова Г. Б. Розвиток підходів щодо формування організаційних структур підприємства на засадах гнучкого управління. *Економіка : реалії часу*. 2021. № 2 (54). С. 87–91.

26. Сокол П.М., Хамініч С.Ю. Трансформація механізму маркетингу українських підприємств у сучасному бізнес – середовищі : монографія. Дніпро : Вид-во «Нова-Ідеологія», 2022. 160 с.
27. Сумець О.М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків. ХНУВС. 2021. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e3da6021-5889-479d9e75-91fa5a35af07/content>. (дата звернення 12.09.2024).
28. Терехух А., Роїк О. Особливості тактичного управління діяльністю підприємництва України в умовах війни. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2024. Том 1 (92). С. 174-182. DOI: [https://doi.org/10.26906_/EiR.2024.1\(92\).3326](https://doi.org/10.26906_/EiR.2024.1(92).3326)
29. Фінансова звітність ТОВ «Енерго Синтез». URL: <https://clarity-project.info/edr/44304007>. (дата звернення: 09.07.2024).
30. Хамініч С.Ю., Бут К.А. Теоретичні аспекти механізму управління фінансовими результатами підприємства. *Фінанси : теорія і практика*. 2021. № 22. С. 306-308.
31. Цурська Б. Г., Бухта С. В. Новітні інструменти маркетингової комунікаційної політики. *Міжнародний науковий журнал “Інтернаука”. Серія “Економічні науки”*. 2020. № 10 (42). Т. 1. С. 149-156.
32. Чепелюк М.І., Мельник Я.М. Аналіз обсягів експортно-імпоротної діяльності ринку Європейського Союзу. *Бізнес Інформ*. 2024. № 5. С. 26–32.
33. Шматковська Т., Дзямулич М., Стащук О. Особливості моделювання бізнес-процесів в умовах формування цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-66>. (дата звернення: 15.09.2024).
34. Що таке клієнтський сервіс і чому він важливий. RemOnline, 2024. URL: <https://remonline.app/uk/blog/client-service/>. (дата звернення: 15.09.2024).
35. Яновська В.П., Портний О.В. Еволюція моделей ціннісно-орієнтованого управління: від доданої вартості до ESG. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2020. №. 46 (4). С. 4–10.

Додатки

Апробація результатів дослідження

Сумський
Національний
Аграрний
Університет

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**МАРКЕТИНГ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ
В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

**MARKETING AND COMPETITIVENESS OF
SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS IN THE
CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**



**17-18 квітня 2024 р.
April 17-18, 2024**

**м. Суми, Україна
Sumy, Ukraine**

Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
«Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку»

Чешко В. СТАНОВЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОВИН У ВОЄННИЙ ЧАС.....	235
Шевченко О. ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	239
Перетяцько Т. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА..	242
Самойленко Д. ПЛАНУВАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	246
Пономаренко О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ПЛАНУВАННЯ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	250
Іванов Д. МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	255
Андреев О. АСПЕКТИ ОН-ЛАЙН ТОРГІВЛІ ДЛЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	258
Журавовський Д. ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	261
Забара Д. МЕХАНІЗМИ РОЗШИРЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА....	265
Klijewski Arkadiusz WYKORZYSTANIE MARKETINGU 6.0 W ROZWOJU BRANŻY HOTELARSKIEJ. PRZEŁOM W INTERAKCJI Z KLIENTEM.....	268
Макаренко А. ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	271
Гузенко В. ВИБІР МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ У МАРКЕТИНГОВІЙ СИСТЕМІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	274
Лакатош М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	277
РОЗДІЛ 4. МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	
Лищенко М. ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	281
Птащенко О. DIGITAL INCLUSION: MARKETING ASPECT.....	284
Устік Т. ІНФЛЮЕНС- МАРКЕТИНГ У ПРОСУВАННІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	286
Крисоватий І. USE OF SMART TECHNOLOGIES FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN CITIES....	289
Устьян О. ЕВОЛЮЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ B2B СЕКТОРУ.....	292
Іванова Л., Вовчанська О. СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЇ LIVESTREAM SHOPPING В МАРКЕТИНГ ВЕЛИКОГО І МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	295

Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
«Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку»

продажу харчових продуктів.

Список літератури

1. Аналіз ринку оптової торгівлі України URL:
http://www.businessinform.net/export_pdf/business-inform-2020-7_0-pages-154_160.pdf.
 2. Білявський В. М. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2017. Вип. 8. С. 10
- Кошельок Г. В. Сучасний стан та перспективи розвитку оптової торгівлі. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 80–85. URL:
http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_1/17.pdf

УДК 658

ЗАБАРА Дмитро

здобувач другого (магістерського) рівня

ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **КОВБАСА Олександр**

к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

МЕХАНІЗМИ РОЗШИРЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розширення торговельного потенціалу підприємств набуває особливого значення в умовах посилення процесів глобалізації та інтеграції національних економік у світове господарство. Зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках вимагає від підприємств пошуку нових можливостей для реалізації власної продукції, освоєння нових ринків збуту, підвищення

Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції
«Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку»

Список літератури

1. Бабій І. В. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в умовах конкурентного середовища. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2017. № 22 (10). С. 64-67.
2. Приступа В. І. Теоретико-методичний підхід до формування механізму управління торговельним потенціалом підприємства. *Економіка та держава*. 2021. №1. С. 159-163.

UDK: 338.48:339.138

KLIJEWSKI Arkadiusz

master degree,

Management and Marketing in hotels & tourism industry,

Poznań, Academy of hotel Management and Catering Industry

WYKORZYSTANIE MARKETINGU 6.0 W ROZWOJU BRANŻY HOTELARSKIEJ. PRZEŁOM W INTERAKCJI Z KLIENTEM

W erze globalnej cyfryzacji, gdzie technologia staje się nieodłącznym elementem życia codziennego, branża hotelarska doświadcza bezprecedensowej transformacji. Zmiany te wymagają od hotelarzy nie tylko dostosowania do nowych technologii, ale również zrozumienia ewoluujących oczekiwań i potrzeb konsumentów. Wprowadzenie Marketingu 6.0 w tej branży oznacza adaptację do świata, w którym dominującą rolę odgrywają zaawansowane technologie, takie jak sztuczna inteligencja, Internet Rzeczy (IoT) oraz big data, a równocześnie kładzie się nacisk na humanizm i budowanie głębokich, emocjonalnych więzi z klientami. Marketing 6.0, będący odpowiedzią na najnowsze zmiany społeczne i technologiczne, kieruje uwagę przedsiębiorstw na tworzenie wartości opartej na głębokim zrozumieniu i spełnieniu indywidualnych potrzeb każdego klienta. W

Продовження додатку А

Апробація результатів дослідження

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ
ТА АСПІРАНТІВ, ПРИСВЯЧЕНОЇ
МІЖНАРОДНОМУ ДНЮ СТУДЕНТА

(18-22 листопада 2024 р., м. Суми)

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Забара Д. В., студ 2м курсу, ФЕІМ, ОПП 076 «Підприємництво та торгівля»
 Максименко Д.В., студ 2м курсу, ФЕІМ, ОПП 076 «Підприємництво та торгівля»
 Науковий керівник: доцент Ковбаса О.М.
 Сумський НАУ

Дослідження актуальності розширення асортименту продукції як інструменту підвищення торговельного потенціалу підприємства є надзвичайно важливим в сучасних умовах жорсткої конкуренції та постійно змінюваних споживчих уподобань. Сьогодні для того, щоб успішно функціонувати на ринку, компаніям необхідно постійно адаптувати свою продуктову пропозицію до потреб клієнтів. Розширення асортименту дає можливість охопити ширший спектр споживачів, підвищити лояльність існуючих клієнтів та залучити нових. Це, в свою чергу, сприяє зміцненню ринкових позицій підприємства та зростанню його торговельного потенціалу.

Окрім того, диверсифікація асортименту дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані з коливаннями попиту на окремі товари чи послуги. Якщо продажі одних позицій зменшуються, інші можуть компенсувати ці втрати, забезпечуючи стабільність бізнесу. Це особливо актуально в умовах високої волатильності ринків та непередбачуваності споживчої поведінки.

Дослідження в цій сфері також важливі для виявлення оптимальних підходів до управління товарним асортиментом. Воно може допомогти компаніям визначити, які саме товарні групи чи продукти варто розвивати, як формувати збалансований асортимент, як ефективно просуувати нові позиції на ринку тощо.

Ефективне управління процесом розширення товарного асортименту є ключовим для успішної реалізації стратегії зміцнення торговельного потенціалу підприємства. Цей процес включає кілька важливих етапів. Насамперед необхідно чітко визначити алгоритм впровадження нових товарних позицій. Це передбачає ретельне вивчення ринкового попиту, аналіз конкурентного середовища, оцінку виробничих можливостей та фінансових ресурсів компанії. На основі цього формується портфель перспективних товарів, які можуть доповнити існуючий асортимент.

Паралельно важливо розробити ефективні маркетингові інструменти для просування нових товарів. Це може включати рекламні кампанії, заходи з стимулювання збуту, формування лояльності клієнтів тощо. Грамотне позиціонування та комунікація дозволять залучити увагу цільової аудиторії та сформувати попит на нові товарні пропозиції.

Організаційно-економічне забезпечення процесу розширення асортименту також відіграє вирішальну роль. Необхідно налагодити взаємодію між підрозділами, відповідальними за розробку, виробництво, логістику та збут нових товарів. Важливо також оцінити фінансові, операційні та управлінські ризики, пов'язані з розширенням асортименту, та розробити заходи щодо їх мінімізації.

Лише комплексний підхід, який поєднує стратегічне планування, маркетингові зусилля та ефективну операційну взаємодію, дозволить підприємству успішно впроваджувати нові товари та максимізувати віддачу від розширення асортименту. Це, в свою чергу, сприятиме підвищенню його торговельного потенціалу та зміцненню конкурентних позицій на ринку.

Розширення товарного асортименту може здійснювати суттєвий позитивний вплив на підвищення торговельного потенціалу підприємства. Це відбувається завдяки цілому ряду взаємопов'язаних факторів.

По-перше, диверсифікація товарної пропозиції дозволяє охопити ширше коло споживачів, їхніх потреб та уподобань. Таким чином, компанія може збільшити свою частку ринку та завоювати лояльність більшої кількості клієнтів. Це, в свою чергу, позитивно відображається на обсягах продажів та фінансових показниках.

По-друге, наявність збалансованого товарного портфелю мінімізує ризики, пов'язані з коливаннями попиту на окремі товарні групи. Якщо продажі одних позицій знижуються, інші можуть компенсувати ці втрати, забезпечуючи стабільний торговельний потік. Це підвищує стійкість бізнесу до ринкових змін. Крім того, розширення асортименту дає можливість для формування додаткових конкурентних переваг. Унікальні або інноваційні товари можуть стати "точками росту" та підсилювати позиціонування бренду на ринку. Це, в свою чергу, сприяє зміцненню ринкових позицій та репутації компанії серед споживачів.

Важливим аспектом є також посилення лояльності клієнтів. Можливість вибору серед широкого асортименту продукції задовольняє різноманітні потреби покупців, що підвищує їхню задоволеність та прихильність до компанії. Це формує стійкі довготривалі зв'язки з клієнтами та забезпечує стабільні обсяги продажів.

Таким чином, комплексний позитивний вплив розширення товарного асортименту на основні показники діяльності підприємства (обсяги продажів, прибутковість, конкурентні позиції, лояльність клієнтів) дозволяє розглядати його як потужний інструмент підвищення торговельного потенціалу бізнесу.

Дегтяренко О.І., Могильна Л.М. СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	414
Шкатуленко А.В., Стоянець Н.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	415
Ребрей К.С., Ткаченко В.В. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ	416
ЛЕБІДЬ Ю.В. ХРОМУШИНА Л.А. ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ	417
Дегтяр А.В., Могильна Л.М. ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	418
ТІЩЕНКО М.О., ХАРЧЕНКО Т.М. ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРБУЛЕНТНИХ УМОВАХ	419
Бондар А.В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	420
Березов І.А. АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	421
Скорпан С.І. АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ ЯК ДРАЙВЕР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	422
Мартинченко С.В. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ОБРОБКИ ТА КАТЕГОРИЗАЦІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ ПРЕЗЕНТАЦІЙ	423
Обуховська В.В. АНАЛІЗ ЧИННИХ СИСТЕМ ОБЛІКУ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ: ПРОБЛЕМИ ТА РІШЕННЯ	424
Анцібор А.Е. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	425
Олефіренко Д.В. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА ІДЕНТИФІКАЦІЇ БЕЗПІЛОТНИХ ЛІТАЛЬНИХ АПАРАТІВ	426
Бабуров Д.В. МЕТОДИ ОБРОБКИ ТА АНАЛІЗУ ЗОБРАЖЕНЬ У РЕАЛЬНОМУ ЧАСІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ РОЗПІЗНАВАННЯ ОБ'ЄКТІВ БЕЗПІЛОТНИМ ЛІТАЛЬНИМ АПАРАТОМ	427
Яковчук Д.О. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИЯВЛЕННЯ ЛІСОВИХ ПОЖЕЖ	428
Богдановський Д.В. РОЛЬ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ (GIS) У СУЧАСНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ ДЛЯ ПЛАНУВАННЯ ВРОЖАЙНОСТІ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ	429
Курило І.М. ДЕЯКИ АСПЕКТИ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ TELEGRAM-БОТУ ДЛЯ МОНІТРОНІГУ ПРОДАЖІВ	430
Поляков Є.В. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА ПРОЕКТУВАННЯ ВЕБ-ОРІЄНТОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ СУПРОВОДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУМСЬКОЇ БІЗНЕС-ШКОЛИ	431
Сергієнко В.Ю. МЕТОДИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ТА РЕГРЕСІЇ У АНАЛІЗІ ВРОЖАЙНОСТІ	432
Прокопенко Б. В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У КЕРУВАННІ СКЛАДСЬКИМ ГОСПОДАРСТВОМ	433
Харченко Є.В. ОСОБЛИВОСТІ ПОШУКУ ІНФОРМАЦІЇ У НЕСТРУКТУРОВАНИХ ДАНИХ	434
Богдановський Д.В. ВИКОРИСТАННЯ BIG DATA ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ВРОЖАЙНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР	435
Пронь Я.С. МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	436
Рудиченко З.Ш. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ФАХОВОЇ ОСВІТИ	437
Хижняк І.М. МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ФАХОВОЇ ОСВІТИ	438
Басенкова Т.Г. ДІАГНОСТИКА ДЕРЖАВНОЇ ПРОГРАМИ ПІЛЬГОВОГО КРЕДИТУВАННЯ «ДОСТУПНІ КРЕДИТИ 5-7-9%» В УКРАЇНІ	439
Шкатуленко А.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	440
Соколов М. В. МЕХАНІЗМИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	441
Рубан С. І. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	442
Міхно В. В. МЕТОДИ І МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТНОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	443
Кузнецов В. І., ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРАТЕГІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	444
Забара Д. В., Максименко Д. В. РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	445
Гулько С. Є. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	446
Леоненко Р. В., Максименко Д. В. СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ КОМУНАЛЬНОЇ УСТАНОВИ	447
Рудявка Є. І. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	448
Хрін Д. І. АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ	449

Додаток Б

Фінансова звітність ТОВ «Енерго Синтез» за 2023 рік

Актив			
Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Незавершені капітальні інвестиції	1005		8.60
первісна вартість	1011	7.20	7.20
знос	1012	7.20	7.20
Усього за розділом I	1095		8.60
II. Оборотні активи Запаси:	1100	17.60	44.80
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	26.40	4.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0.90	1.80
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	0.20	2.10
Гроші та їх еквіваленти	1165	95.80	17.00
Витрати майбутніх періодів	1170		20.00
Інші оборотні активи	1190		0.10
Усього за розділом II	1195	140.90	89.80
Баланс	1300	140.90	98.40

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	40.00	40.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	64.20	66.40
Неоплачений капітал	1425	10.00	10.00
Усього за розділом I	1495	94.20	96.40
товари, роботи, послуги	1615	26.80	0.10
розрахунками з бюджетом	1620	16.10	0.50
у тому числі з податку на прибуток	1621	9.40	0.50
розрахунками зі страхування	1625	0.80	0.60
розрахунками з оплати праці	1630	3.00	0.80
Усього за розділом III	1695	46.70	2.00
Баланс	1900	140.90	98.40

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	168.50	430.60
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	94.10	260.40
Інші операційні витрати	2180	71.70	117.70
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	168.50	430.60
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	165.80	378.10
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	2.70	52.50
Податок на прибуток	2300	0.50	9.40
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	2.20	43.10