

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
Кафедра економічної теорії, підприємництва та торгівлі

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Кусіка Віталія Володимировича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

Удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства (на прикладі
ТОВ «КОМІСАВТО». м. Хмельницький)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 07«Управління та адміністрування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
Шифр і назва спеціальності

Освітньо-професійна програма Підприємництво торгівля та комерційна логістика
Назва освітньо-професійної програми

Шифр: КвР.ПТ.024206.01.08.00

Виконав: здобувач 2 курсу,
група ПТКЛ_м – 24


підпис

Віталій КУСІК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник: д-р екон. наук,
професор


підпис

Ольга ГОНЧАР
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер:
канд. екон. наук, доцент


підпис

Людмила САЧИНСЬКА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Завідувач кафедри економічної
теорії, підприємництва та
торгівлі, д-р, екон. наук, проф.


підпис

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Хмельницький, 2025

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Управління, адміністрування та туризму

Кафедра Економічної теорії, підприємництва та торгівлі

Освітній рівень Другий (магістерський)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 076 Підприємство та торгівля

Назва освітньої програми: Підприємництво, торгівля та комерційна логістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економічної
теорії підприємництва та торгівлі

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ

"15" вересня 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Кусіка Віталія Володимировича

(Прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема роботи: Удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства (на прикладі ТОВ «КОМІСАВТО»). м. Хмельницький

Керівник роботи Гончар О.І., доктор економічних наук, професор

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від «25» серпня 2025 р. №65

2. Термін подання здобувачем роботи на кафедру 15.12.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі акти, праці вітчизняних і зарубіжних вчених, методична література, публікації в періодичних виданнях, дані Державної служби статистики України, а також фінансова звітність підприємства ТОВ «КОМІСАВТО».

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):


1 Теоретичні засади вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства. 2 Діагностика ефективності комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО». 3 Напрями та шляхи удосконалення комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО».

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень):

Узагальнена схема етапів провадження комерційної діяльності. Формування резервів удосконалення роботи з постачальниками. Підвищення ефективності продажів і маркетингу. Процес удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства. Напрями удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства. Динаміка результативних показників діяльності

ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2025 роки. Динаміка продуктивності праці на ТОВ «КОМІСАВТО». Динаміка фондомісткості та фондovіддачі на ТОВ «КОМІСАВТО». Структура витрат ТОВ «КОМІСАВТО» за 2025 рік. Динаміка доходів та витрат ТОВ «КОМІСАВТО». Динаміка показників рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО». Логічна схема реалізації системного контент-маркетингу. Модель SEO-оптимізації з використанням long-tail ключів. Схема розвитку напряму продажу вживаних електромобілів.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Гончар О.І., професор		КВ
II	Гончар О.І., професор		КВ
III	Гончар О.І., професор		КВ

7. Дата видачі завдання 15.09.2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів (розділів) дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1 Складання плану кваліфікаційної роботи	до 15.09.25 р.	Виконано
2 Опрацювання теоретичних джерел і написання першого розділу роботи	до 15.10.25 р.	Виконано
3 Формування плану для проведення аналітичних досліджень	до 25.10.25 р.	Виконано
4 Збір та обробка статистичних матеріалів діяльності ринку	до 15.11.25 р.	Виконано
5 Написання аналітичного розділу кваліфікаційної роботи магістра	до 30.11.25 р.	Виконано
6 Написання проектно-рекомендаційного розділу кваліфікаційної роботи магістра	до 10.12.25 р.	Виконано
7 Підготовка ілюстративних матеріалів та остаточне оформлення роботи	до 12.12.25 р.	Виконано
8 Підготовка до захисту та попередній захист	до 15.12.25 р.	Виконано
9 Одержання відгуку наукового керівника	до 15.12.25 р.	Виконано
10 Одержання рецензії зовнішнього рецензента	до 18.12.25 р.	Виконано
11 Захист	з 22.12.25 р.	Виконано

Здобувач


(підпис)

Віталій КУСІК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи


(підпис)

Ольга ГОНЧАР
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ
Кваліфікаційної роботи

Удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства (на прикладі ТОВ «КОМІСАВТО». м. Хмельницький)

Здобувача групи ПТКЛ_м – 24 Кусіка Віталія Володимировича

Науковий керівник: док. екон. наук, професор Гончар Ольга Іванівна

Загальний обсяг роботи: 71 сторінка, 16 таблиць, 14 рисунків, 36 джерел посилання.

Ключові слова: комерційна діяльність, торговельне підприємство, ефективність, витрати, прибутковість, маркетинг, SEO, контент-маркетинг, електромобілі, розвиток.

У роботі досліджено теоретичні засади вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства та визначено основні етапи її здійснення. Розкрито підходи до виявлення резервів підвищення ефективності комерційної діяльності з урахуванням ресурсного забезпечення, витрат і результатів діяльності.

У другому розділі проведено діагностику ефективності комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО», зокрема проаналізовано техніко-економічні показники, використання ресурсів, динаміку витрат, рівень прибутковості та рентабельності.

У третьому розділі обґрунтовано напрями вдосконалення комерційної діяльності шляхом впровадження системного автомобільного контент-маркетингу, оптимізації SEO-стратегії з використанням локалізованих ключових слів, а також розвитку напряму продажу й обслуговування вживаних електромобілів. Запропоновані заходи спрямовані на зростання попиту, підвищення конкурентоспроможності та довгостроковий розвиток підприємства.

Підпис _____



Дата 12.12.2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1 Комерційна діяльність – сутність та етапи провадження	9
1.2 Виявлення резервів вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства	15
1.3 Вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства	20
Висновки до першого розділу	25
2 ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОМІСАВТО»	27
2.1 Техніко-економічна характеристика діяльності підприємства	27
2.2 Аналіз наявності та використання ресурсів підприємства	34
2.3 Аналіз динаміки та структури витрат	41
2.4 Аналіз прибутковості та рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО»	45
Висновки до другого розділу	51
3 НАПРЯМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОМІСАВТО»	53
3.1 Впровадження системного автомобільного контент-маркетингу як інструменту формування попиту	53
3.2 Оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів	56
3.3 Розвиток напрямку продажу та обслуговування вживаних електромобілів як стратегічного напрямку комерційної діяльності	60
Висновки до третього розділу	64
ВИСНОВКИ	66
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	68
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки комерційна діяльність торговельних підприємств зазнає суттєвих трансформацій під впливом цифровізації, зростання конкуренції, зміни споживчих уподобань та підвищення ролі сервісної складової у формуванні споживчої цінності. Для торговельних підприємств комерційна діяльність виступає ключовим інструментом забезпечення фінансової стійкості, прибутковості та довгострокової конкурентоспроможності. Водночас нестабільність макроекономічного середовища, логістичні обмеження, зростання витрат та зниження платоспроможного попиту зумовлюють необхідність постійного пошуку внутрішніх резервів і впровадження сучасних управлінських підходів до організації комерційних процесів.

Наукові дослідження з проблематики комерційної діяльності представлені у працях учених: Виноградської А. М., Балабана П. Ю., Овсієнко А. М., Грінько Т. В., Мазаракі А. А., Приймака Н. С., Маслової В. О., Ралько Я. О., Кирчатої І. М., Шершенюка О. М., які розглядали її сутність, принципи, функції та інструменти управління, а також питання підвищення ефективності збуту, маркетингової діяльності та управління асортиментом. Разом із тим значна частина наукових напрацювань має узагальнений характер і не повною мірою враховує галузеву специфіку та практичні особливості діяльності конкретних торговельних підприємств. Особливої актуальності набувають дослідження, спрямовані на удосконалення комерційної діяльності підприємств автомобільного ринку з урахуванням розвитку цифрових каналів продажу, контент-маркетингу та зростання сегмента електромобілів. У цьому контексті обрана тема дослідження є своєчасною, науково та практично значущою, а її реалізація на матеріалах ТОВ «КОМІСАВТО» дозволяє поєднати теоретичні узагальнення з прикладними управлінськими рішеннями.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних засад та розробленні практичних рекомендацій щодо удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства на прикладі ТОВ «КОМІСАВТО» з метою підвищення її ефективності, прибутковості та конкурентоспроможності.

Основні завдання дослідження полягають у:

- розкритті сутності та етапів провадження комерційної діяльності торговельного підприємства;
- виявленні резервів удосконалення комерційної діяльності з урахуванням сучасних ринкових умов;
- узагальненні напрямів удосконалення комерційної діяльності підприємства;
- здійсненні техніко-економічної характеристики діяльності ТОВ «КОМІСАВТО»;
- аналізі наявності та ефективності використання ресурсів підприємства; дослідженні динаміки та структури витрат;
- рівня прибутковості та рентабельності підприємства;
- доцільності впровадження системного автомобільного контент-маркетингу;
- розробленні заходів з оптимізації SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів;
- визначенні перспектив розвитку напряму продажу та обслуговування вживаних електромобілів як стратегічного напряму комерційної діяльності.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства.

Предметом дослідження є сукупність економічних, організаційних та управлінських відносин, що виникають у процесі удосконалення комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО».

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, зокрема аналіз і синтез, індукцію та дедукцію, порівняльний і структурно-динамічний аналіз, економіко-статистичні методи, графічні та

табличні методи подання результатів, а також методи фінансового аналізу й узагальнення.

Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні комплексного підходу до удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства шляхом поєднання інструментів цифрового маркетингу, SEO-оптимізації та розвитку перспективних товарних напрямів, що адаптовані до специфіки діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» та можуть бути використані в практиці аналогічних підприємств.

Результати роботи були апробовані у доповіді «Шляхи вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства» на V Міжнародному Економічному форумі «Підприємництво та стратегічні напрями розвитку бізнес-процесів в умовах глобальних викликів» м. Хмельницький, 4-5 грудня 2025 року.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Комерційна діяльність – сутність та етапи провадження

Комерційна діяльність є базовим елементом функціонування будь-якого підприємства ринкового типу, оскільки саме вона забезпечує трансформацію виробничих, фінансових і трудових ресурсів у грошові надходження та прибуток. У широкому економічному розумінні комерційна діяльність охоплює сукупність організаційно-економічних процесів, пов'язаних із вивченням попиту, формуванням товарної пропозиції, вибором контрагентів, організацією купівлі-продажу, ціноутворенням, логістикою та післяпродажним обслуговуванням. Її зміст не обмежується лише актом обміну товару на гроші, а включає весь комплекс управлінських рішень, спрямованих на досягнення економічного результату в умовах конкурентного середовища.

Комерційна діяльність виконує системоутворюючу роль у загальній структурі управління підприємством, оскільки саме через неї реалізуються стратегічні цілі розвитку, формується ринкова позиція суб'єкта господарювання та забезпечується фінансова стійкість. Вона виступає сполучною ланкою між виробником і споживачем, узгоджуючи інтереси сторін через механізми ціни, якості, асортименту та сервісу. У сучасних умовах глобалізації, цифровізації та динамічної зміни споживчих переваг комерційна діяльність набуває все більш комплексного та інтелектуалізованого характеру, що зумовлює зростання ролі аналітики, прогнозування та управління ризиками.

Ключовою характеристикою комерційної діяльності є її прибутковість, яка виступає головним критерієм ефективності. Саме прибуток відображає здатність підприємства не лише компенсувати понесені витрати, а й створювати додану вартість, необхідну для інвестицій, інновацій та розширеного відтворення. Прибутковість комерційної діяльності формується під впливом багатьох факторів, зокрема обсягу реалізації, рівня торговельної націнки, структури

асортименту, швидкості обороту капіталу та ефективності витрат. Високий рівень прибутковості свідчить про адекватність обраної комерційної стратегії ринковим умовам, тоді як її зниження сигналізує про необхідність коригування управлінських рішень.

Водночас комерційна діяльність за своєю природою є ризикованою, оскільки здійснюється в умовах невизначеності та мінливості ринкового середовища. Коливання попиту, зміна цін, дії конкурентів, нестабільність постачань і макроекономічні фактори формують поле комерційних ризиків, які можуть як зменшувати очікуваний прибуток, так і призводити до прямих збитків. Ризик у комерційній діяльності не є аномалією, а виступає її об'єктивною характеристикою, що потребує системного управління. Прийняття комерційних рішень завжди ґрунтується на балансі між очікуваною вигодою та потенційними втратами, а ефективність діяльності значною мірою визначається здатністю підприємства ідентифікувати, оцінювати та мінімізувати ризики.

Ще однією фундаментальною ознакою комерційної діяльності є свобода вибору, яка випливає з принципів ринкової економіки. Підприємство самостійно визначає коло ділових партнерів, формує асортимент товарів і послуг, обирає канали збуту, встановлює цінову політику та умови співпраці. Така свобода створює широкі можливості для адаптації до змін зовнішнього середовища, водночас покладаючи на суб'єкта господарювання повну відповідальність за результати прийнятих рішень. Саме поєднання свободи вибору з економічною відповідальністю формує підприємницький характер комерційної діяльності та стимулює пошук ефективних моделей ведення бізнесу.

Зміст і характер комерційної діяльності доцільно розглядати в контексті її основних функціональних складових, що відображають логіку руху товару від постачальника до кінцевого споживача (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Функціональні складові комерційної діяльності підприємства [2, с. 12]

Складова	Економічний зміст	Роль у формуванні результату
Маркетингові дослідження	Аналіз попиту та ринку	Зниження ринкових ризиків
Закупівельна діяльність	Вибір постачальників і умов	Оптимізація витрат
Ціноутворення	Формування ціни реалізації	Забезпечення прибутковості
Збут і логістика	Доставка та продаж товарів	Прискорення обороту капіталу
Сервісне обслуговування	Післяпродажна підтримка	Формування лояльності клієнтів

Комерційна діяльність підприємства є поетапним, системно організованим процесом, який охоплює повний цикл руху товару від моменту ідентифікації потреб споживача до отримання фінансового результату та формування довгострокових відносин із клієнтами. Ефективність комерційної діяльності значною мірою залежить від логічної послідовності її етапів, узгодженості управлінських рішень та здатності підприємства адаптуватися до змін ринкового середовища (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Узагальнена схема етапів провадження комерційної діяльності [10, с. 162]

Початковим і визначальним етапом провадження комерційної діяльності є вивчення та комплексний аналіз ринку, без якого неможливе прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Саме на цьому етапі формується уявлення про кон'юнктуру ринку, потенційний обсяг реалізації, рівень конкуренції та платоспроможність споживачів (таблиця 1.2). Аналіз попиту та пропозиції дозволяє встановити, які товари або послуги є найбільш затребуваними, які обсяги реалізації є реалістичними, а також визначити можливі цінові межі. Вивчення структури попиту передбачає аналіз не лише його загального обсягу, а й сезонних коливань, споживчих переваг, чутливості до ціни та якості.

Таблиця 1.2 – Основні завдання та результати етапу аналізу ринку [1, с. 8]

Напрямок аналізу	Зміст робіт	Очікуваний результат
Попит і пропозиція	Оцінка місткості ринку	Обґрунтування обсягів продажу
Конкуренти	Аналіз стратегій і позицій	Визначення конкурентних переваг
Сегментація	Виділення цільових груп	Фокусування комерційних рішень

Важливою складовою цього етапу є дослідження конкурентного середовища. Аналіз конкурентів охоплює вивчення їх асортиментної політики, рівня цін, каналів збуту, маркетингових інструментів та сервісного обслуговування. Це дає змогу визначити конкурентні переваги підприємства або, навпаки, виявити слабкі сторони, що потребують коригування. Сегментація споживачів завершує перший етап і полягає у поділі ринку на однорідні групи за соціально-демографічними, поведінковими або економічними ознаками. Визначення цільової аудиторії дозволяє сконцентрувати ресурси на найбільш перспективних сегментах, підвищуючи ефективність комерційної діяльності.

Наступним етапом є закупівельна робота, яка забезпечує матеріальну основу комерційної діяльності. На цьому етапі відбувається формування ресурсів, необхідних для подальшого продажу, що вимагає ретельного вибору постачальників та оптимізації умов співпраці. Пошук і відбір надійних постачальників здійснюється з урахуванням таких критеріїв, як стабільність поставок, якість продукції, цінові умови та ділова репутація. Вибір

постачальника безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства, оскільки визначає рівень витрат і якість товарної пропозиції.

Укладання договорів і контрактів формалізує комерційні відносини та визначає права й обов'язки сторін, умови оплати, строки постачання та відповідальність за порушення зобов'язань. Паралельно організовується логістика та доставка товарів, що передбачає вибір оптимальних маршрутів, видів транспорту та складів. Раціонально побудована закупівельна діяльність сприяє зниженню витрат, прискоренню обороту капіталу та мінімізації ризиків перебоїв у постачанні.

Третій етап охоплює формування асортименту та управління товарними запасами, що є критично важливим для забезпечення безперервності продажів. Асортиментна політика підприємства ґрунтується на результатах маркетингових досліджень і має відповідати очікуванням цільової аудиторії. Визначення оптимального переліку товарів передбачає баланс між широтою асортименту та його глибиною, що дозволяє задовольняти різноманітні потреби споживачів без надмірного зростання витрат.

Управління запасами спрямоване на підтримання такого рівня складських залишків, який запобігає як дефіциту, так і затоваренню. Надлишкові запаси призводять до заморожування оборотних коштів і зростання витрат на зберігання, тоді як дефіцит негативно впливає на рівень обслуговування клієнтів. Важливим аспектом цього етапу є контроль якості товарів, що включає перевірку відповідності стандартам і умовам зберігання. Показники ефективності управління асортиментом і запасами наведено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Показники ефективності управління асортиментом і запасами [27, с. 44]

Показник	Економічна характеристика	Вплив на діяльність
Оборотність запасів	Швидкість реалізації товарів	Прискорення обігу капіталу
Частка неліквідів	Нереалізовані запаси	Зростання витрат
Рівень сервісу	Наявність товарів	Лояльність клієнтів

Четвертий етап є центральним з точки зору реалізації комерційної діяльності, оскільки саме тут відбувається безпосереднє просування товарів до споживача. Організація збуту передбачає вибір ефективних каналів реалізації, серед яких можуть бути оптові та роздрібні продажі, інтернет-торгівля або комбіновані моделі. Вибір каналів збуту визначається характеристиками товару, поведінкою споживачів та рівнем витрат.

Ціноутворення є ключовим інструментом комерційної політики, оскільки ціна одночасно впливає на обсяг попиту та рівень прибутковості. Маркетингова підтримка доповнює збутову діяльність через використання рекламних кампаній, акцій та інших методів стимулювання продажів. Узгодженість збутових і маркетингових рішень забезпечує максимізацію доходів і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Завершальним етапом є надання сервісних послуг і комплексний аналіз результатів комерційної діяльності. Післяпродажне обслуговування, включаючи гарантію, ремонт і консультаційну підтримку, відіграє ключову роль у формуванні довіри та лояльності клієнтів. Організація доставки товарів кінцевому споживачу підвищує рівень сервісу та конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз фінансових результатів передбачає розрахунок чистого прибутку, рентабельності та інших показників ефективності. Отримані результати використовуються для оцінки доцільності прийнятих рішень і формування напрямів удосконалення комерційної діяльності.

Таким чином, етапи провадження комерційної діяльності утворюють логічно взаємопов'язану систему, в межах якої кожний наступний етап ґрунтується на результатах попереднього. Їх комплексна реалізація забезпечує досягнення стратегічних цілей підприємства, підвищення прибутковості та стійкості в умовах конкурентного ринку.

1.2 Виявлення резервів вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства

В умовах посилення конкуренції, зниження платоспроможного попиту та зростання операційних ризиків, пов'язаних із макроекономічною нестабільністю, особливої актуальності набуває питання системного виявлення та мобілізації внутрішніх резервів удосконалення комерційної діяльності підприємства. Такі резерви формуються не лише за рахунок екстенсивного розширення масштабів діяльності, а насамперед через підвищення ефективності використання наявних ресурсів, оптимізацію комерційних процесів та впровадження сучасних управлінських і цифрових інструментів.

Одним із ключових напрямів формування резервів удосконалення комерційної діяльності є оптимізація асортиментної політики підприємства (таблиця 1.4). Асортимент виступає базовим інструментом комерційної діяльності, оскільки саме через нього формується пропозиція для споживача, визначається позиціонування підприємства на ринку та рівень його конкурентоспроможності. Раціонально сформований асортимент дозволяє забезпечити максимальну віддачу від вкладених ресурсів, тоді як наявність товарів з низькою оборотністю або мінімальною маржинальністю призводить до «заморожування» обігових коштів та зростання витрат на зберігання і обслуговування запасів.

У процесі аналізу асортименту доцільно застосовувати поєднання ABC- та XYZ-аналізу, що дає змогу ідентифікувати товари з високим рівнем внеску у фінансовий результат та стабільним попитом. Виведення з асортименту так званого «мертвого вантажу» сприяє вивільненню складських площ, зниженню витрат на зберігання та заморожування оборотних коштів. Паралельно з цим актуальним резервом розвитку є адаптація асортиментної політики до трендів сталого споживання. Розширення частки еко-товарів, продукції з підвищеними стандартами якості та соціальної відповідальності виробників дозволяє залучити

нову платоспроможну аудиторію, підвищити імідж підприємства та сформувати довгострокову лояльність клієнтів.

Таблиця 1.4 – Оцінка резервів оптимізації асортиментної політики торговельного підприємства [9, с. 124]

Напрямок оптимізації	Характеристика поточного стану	Виявлений резерв	Очікуваний економічний ефект
Товарна структура	Висока частка низькооборотних позицій	Скорочення асортименту на 10 – 15 %	Прискорення оборотності запасів
Прибутковість товарів	Нерівномірний розподіл маржі	Фокус на товарах-лідерах	Зростання валового прибутку
Асортимент еко-товарів	Обмежена присутність	Розширення лінійки	Залучення нових сегментів клієнтів

Крім того, важливим резервом удосконалення асортиментної політики є її адаптація до сучасних споживчих трендів, зокрема концепції сталого споживання. Розширення асортименту за рахунок еко-товарів, енергоефективної продукції або товарів з подовженим життєвим циклом дозволяє залучити нові сегменти платоспроможних споживачів, підвищити репутаційну привабливість підприємства та сформувати довгострокові конкурентні переваги.

Другим вагомим резервом удосконалення комерційної діяльності є підвищення ефективності роботи з постачальниками (рисунок 1.2).

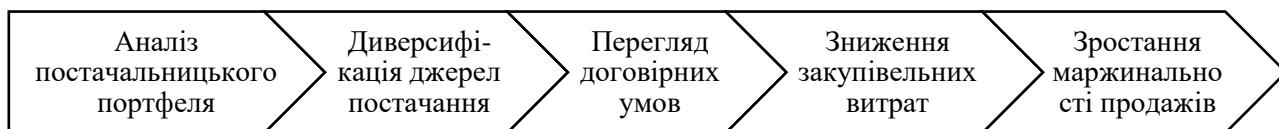


Рисунок 1.2 – Формування резервів удосконалення роботи з постачальниками*

*Побудовано автором

Закупівельна діяльність безпосередньо впливає на рівень собівартості товарів, стабільність товарних поставок і можливості підприємства оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. Надмірна залежність від обмеженого кола постачальників значно підвищує ризики логістичних збоїв, коливань закупівельних цін та порушення термінів постачання.

У цьому контексті диверсифікація закупівельних каналів виступає важливим резервом комерційної ефективності. Пошук альтернативних постачальників, у тому числі локальних або регіональних, дозволяє знизити логістичні витрати, підвищити гнучкість постачання та посилити переговорні позиції підприємства. Водночас перегляд умов контрактів із ключовими партнерами відкриває можливості отримання додаткових знижок за обсяги закупівель, впровадження відстрочок платежів, а також реалізації програм спільного маркетингового просування продукції.

Реалізація зазначених заходів сприяє не лише прямому скороченню витрат, а й підвищенню стійкості комерційної діяльності підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища.

Третім, стратегічно важливим резервом удосконалення комерційної діяльності є цифровізація та автоматизація бізнес-процесів, що формує так звані digital-резерви зростання (таблиця 1.5). У сучасних умовах цифрові технології перестають бути допоміжним інструментом і перетворюються на ключовий фактор конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Таблиця 1.5 – Digital-резерви удосконалення комерційної діяльності [7, с. 50]

Інструмент	Комерційний ефект	Очікуваний результат
CRM-система	Персоналізація продажів	Зростання повторних покупок
Оmnіканальність	Розширення збуту	Збільшення доходів
AI-прогнозування	Оптимізація запасів	Зниження витрат

Впровадження CRM-систем забезпечує глибокий аналіз клієнтської бази, дозволяє сегментувати споживачів за поведінковими та фінансовими ознаками,

персоналізувати комерційні пропозиції та підвищити рівень лояльності клієнтів. За рахунок цього зростає частота повторних покупок і середній чек, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства.

Оmnіканальний підхід, який передбачає інтеграцію фізичних торговельних точок із власними інтернет-магазинами та маркетплейсами, створює безперервний клієнтський досвід і розширює ринкове охоплення без значного зростання постійних витрат. Такий підхід дозволяє підприємству ефективно використовувати як офлайн-, так і онлайн-канали збуту, адаптуючись до змін споживчої поведінки.

Окремим резервом цифровізації є використання інструментів штучного інтелекту для прогнозування попиту та автоматичного формування замовлень. Застосування AI-рішень мінімізує ризики дефіциту або надлишку товарів, оптимізує рівень товарних запасів і знижує витрати на зберігання.

Наступним суттєвим резервом удосконалення комерційної діяльності є підвищення ефективності продажів та маркетингу, що передбачає перехід від інтуїтивних рішень до даних, отриманих у результаті цифрової аналітики (рисунок 1.3).

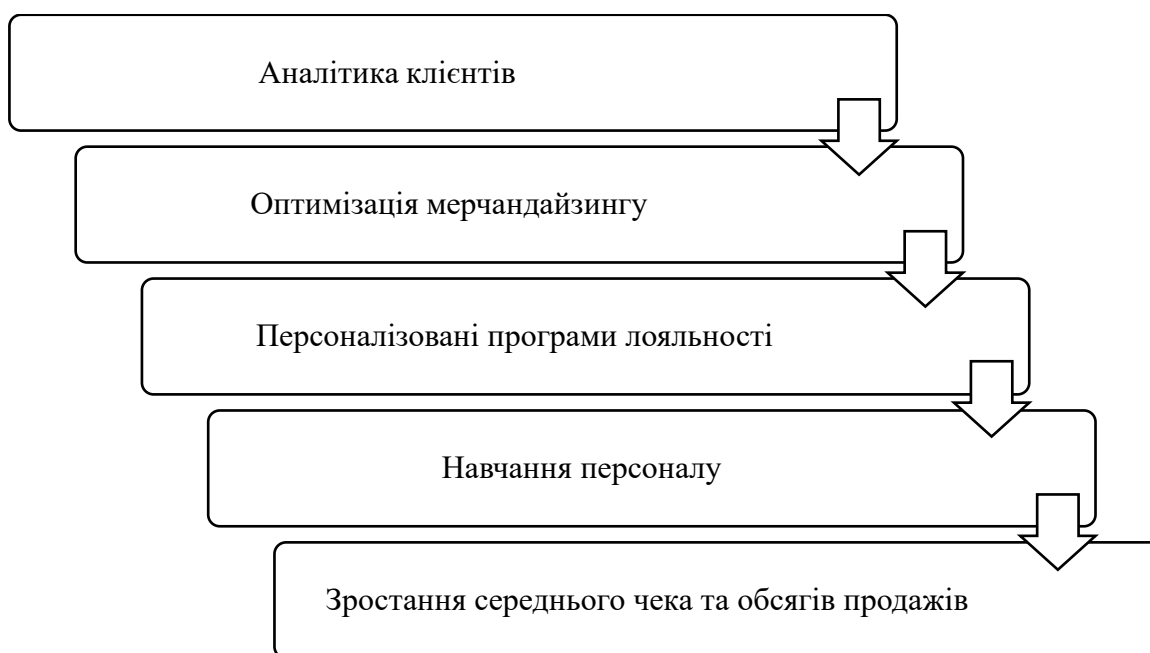


Рисунок 1.3 – Підвищення ефективності продажів і маркетингу [17, с. 115]

Оптимізація мерчандайзингу із застосуванням теплових карт торговельного залу дозволяє визначити зони найбільшої та найменшої концентрації покупців, скоригувати викладку товарів і стимулювати імпульсні покупки. У результаті таких змін зростає середній чек без додаткових витрат на залучення клієнтів.

Важливу роль відіграють програми лояльності нового покоління, які поступово витісняють традиційні знижкові механізми. Використання гейміфікації, персоналізованих бонусів та кешбек-сервісів сприяє підвищенню частоти повторних покупок і формуванню емоційного зв'язку споживача з брендом. Додатковим резервом зростання продажів є інвестування в навчання персоналу, зокрема продавців-консультантів, що безпосередньо контактують із клієнтами. Оволодіння техніками крос-продажів і апселінгу дозволяє збільшити середній чек та ефективніше реалізовувати супутні товари.

Не менш значущим резервом удосконалення комерційної діяльності виступає логістична оптимізація, яка безпосередньо впливає на рівень витрат і швидкість обігу товарних потоків (таблиця 1.6). Перехід на систему постачання «точно в термін» (Just-in-Time) дозволяє скоротити надлишкові запаси, зменшити витрати на зберігання та мінімізувати ризики псування товарів. Такий підхід особливо ефективний для підприємств із прогнозованим попитом і налагодженими відносинами з постачальниками.

Таблиця 1.6 – Порівняльна характеристика логістичних резервів удосконалення [23, с. 129]

Напрямок оптимізації	Поточна модель	Запропонований підхід	Очікуваний результат
Управління запасами	Надлишкові склади	Just-in-Time	Зменшення складських витрат
Доставка товарів	Власний автопарк	Аутсорсинг	Скорочення операційних витрат
Логістичні ризики	Високі	Контрольовані	Підвищення надійності постачань

Аутсорсинг логістичних функцій є ще одним резервом підвищення ефективності, оскільки передача доставки спеціалізованим операторам дає змогу знизити витрати на утримання власного автопарку, технічне обслуговування та управління персоналом. Крім того, професійні логістичні компанії забезпечують вищий рівень сервісу, що позитивно впливає на задоволеність клієнтів та конкурентоспроможність торговельного підприємства.

Виявлення резервів удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства потребує комплексного підходу, який поєднує оптимізацію асортиментної політики, підвищення ефективності продажів і маркетингу та раціоналізацію логістичних процесів. Реалізація зазначених заходів забезпечує не лише короткостроковий економічний ефект у вигляді зростання прибутковості, а й формує стійкі конкурентні переваги, що є критично важливими в умовах динамічного ринкового середовища.

1.3 Вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства

Удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства є цілеспрямованим, системним і безперервним процесом підвищення результативності операцій купівлі-продажу, управління товарними потоками та взаємодії з ринковими контрагентами з метою зростання конкурентоспроможності та фінансової стійкості підприємства. За своєю економічною природою воно відображає якісні зміни у способах організації та реалізації комерційних процесів, що забезпечують ефективніше задоволення попиту споживачів і раціональніше використання ресурсів.

Сутність удосконалення комерційної діяльності полягає не лише в окремих локальних змінах, а у формуванні цілісної моделі комерційного управління, зорієнтованої на ринок, клієнта та результат (таблиця 1.7). У сучасних умовах торговельне підприємство функціонує в середовищі високої конкуренції,

нестабільного попиту та швидкої зміни споживчих переваг, що зумовлює необхідність постійної адаптації комерційної політики. У цьому контексті вдосконалення комерційної діяльності виступає як інструмент стратегічного розвитку, спрямований на узгодження внутрішніх можливостей підприємства з вимогами зовнішнього середовища.

Таблиця 1.7 – Компоненти удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства [32, с. 108]

Компонент	Зміст
Економічна сутність	Підвищення ефективності товарообміну та фінансових результатів
Управлінський аспект	Оптимізація прийняття комерційних рішень
Ринкова орієнтація	Узгодження діяльності з попитом і конкуренцією
Стратегічне значення	Забезпечення сталого розвитку підприємства

З наукової точки зору удосконалення комерційної діяльності охоплює оптимізацію асортиментної політики, системи закупівель і збуту, механізмів ціноутворення, логістичного забезпечення та інформаційного супроводу комерційних рішень. Воно передбачає перехід від інтуїтивного управління до аналітично обґрунтованого прийняття рішень, заснованого на маркетингових дослідженнях, економічному аналізі та прогнозуванні. Таким чином, сутність удосконалення комерційної діяльності проявляється у підвищенні її адаптивності, керованості та економічної віддачі.

Процес удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства являє собою послідовну сукупність управлінських дій, спрямованих на виявлення проблем у функціонуванні комерційної системи та розроблення заходів щодо їх усунення. Він базується на принципах системності, комплексності та безперервності, що забезпечує логічний зв'язок між аналізом, плануванням і реалізацією управлінських рішень.

Початковою складовою процесу є аналітична оцінка поточного стану комерційної діяльності, яка включає дослідження обсягів продажу, оборотності товарних запасів, структури асортименту, рентабельності товарних груп та

ефективності каналів збуту. Отримані результати слугують основою для ідентифікації «вузьких місць» комерційної системи. На наступному етапі формується комплекс управлінських рішень, спрямованих на коригування комерційної політики, оптимізацію процесів закупівель і продажу та підвищення рівня сервісу.

Важливою особливістю процесу удосконалення є його динамічний характер. Реалізовані заходи потребують постійного моніторингу та оцінювання результативності, що дозволяє своєчасно вносити коригування з урахуванням змін ринкової кон'юнктури. Таким чином, процес удосконалення комерційної діяльності виступає циклічним механізмом управління, спрямованим на безперервне підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства.

Процес удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства наведено на рисунку 1.4.

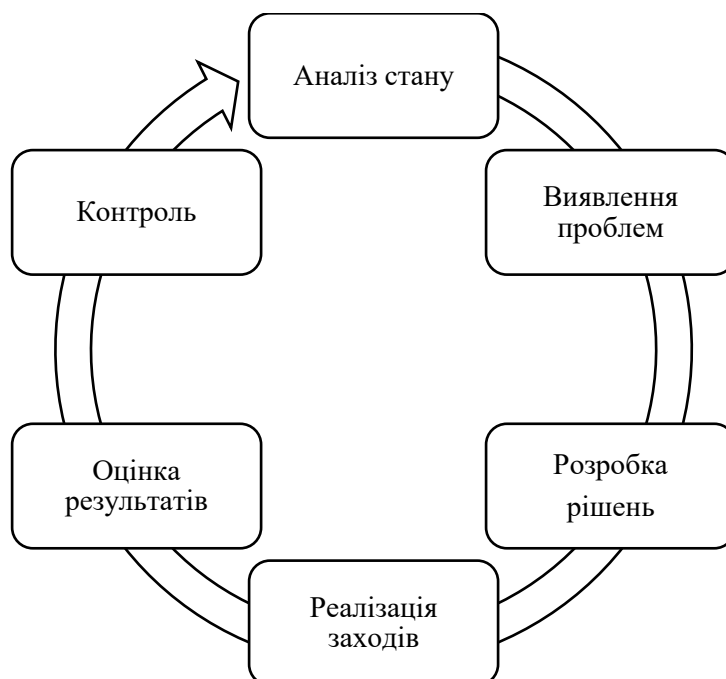


Рисунок 1.4 – Процес удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства*

*Побудовано автором

Етапи удосконалення комерційної діяльності відображають логічну послідовність управлінських дій, необхідних для досягнення запланованих результатів (таблиця 1.8). Їх чітке визначення забезпечує структурованість процесу змін і знижує ризики неефективного використання ресурсів. На першому етапі здійснюється діагностика комерційної діяльності, яка дозволяє оцінити рівень її ефективності та відповідність ринковим умовам.

Таблиця 1.8 – Етапи удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства [32, с. 108]

Етап	Зміст
Діагностика	Аналіз ефективності комерційних процесів
Цілепокладання	Формування стратегічних і оперативних цілей
Проектування	Розробка комплексу заходів
Реалізація	Впровадження управлінських рішень
Оцінка	Аналіз результатів і коригування

Другий етап передбачає формування цілей удосконалення, які мають бути конкретними, вимірюваними та узгодженими зі стратегією розвитку підприємства. Третій етап пов'язаний із розробленням комплексу заходів, що охоплюють організаційні, економічні та маркетингові аспекти комерційної діяльності. На четвертому етапі здійснюється практична реалізація розроблених заходів із залученням відповідних ресурсів і персоналу.

Завершальним етапом є оцінка результатів удосконалення, яка дозволяє визначити ступінь досягнення поставлених цілей і економічний ефект від реалізованих змін. За результатами оцінювання формується база для подальшого вдосконалення, що забезпечує безперервність розвитку комерційної діяльності.

Другий етап передбачає формування цілей удосконалення, які мають бути конкретними, вимірюваними та узгодженими зі стратегією розвитку підприємства. Третій етап пов'язаний із розробленням комплексу заходів, що охоплюють організаційні, економічні та маркетингові аспекти комерційної

діяльності. На четвертому етапі здійснюється практична реалізація розроблених заходів із залученням відповідних ресурсів і персоналу.

Завершальним етапом є оцінка результатів удосконалення, яка дозволяє визначити ступінь досягнення поставлених цілей і економічний ефект від реалізованих змін. За результатами оцінювання формується база для подальшого вдосконалення, що забезпечує безперервність розвитку комерційної діяльності.

Напрями та шляхи удосконалення комерційної діяльності визначають конкретні сфери впливу управлінських рішень і практичних заходів (рисунок 1.5). Ключовим напрямом є оптимізація асортиментної політики, яка базується на аналізі попиту, прибутковості товарів та їх життєвого циклу. Це дозволяє зосередити ресурси на найбільш ефективних товарних позиціях і скоротити витрати на утримання низькорентабельного асортименту.

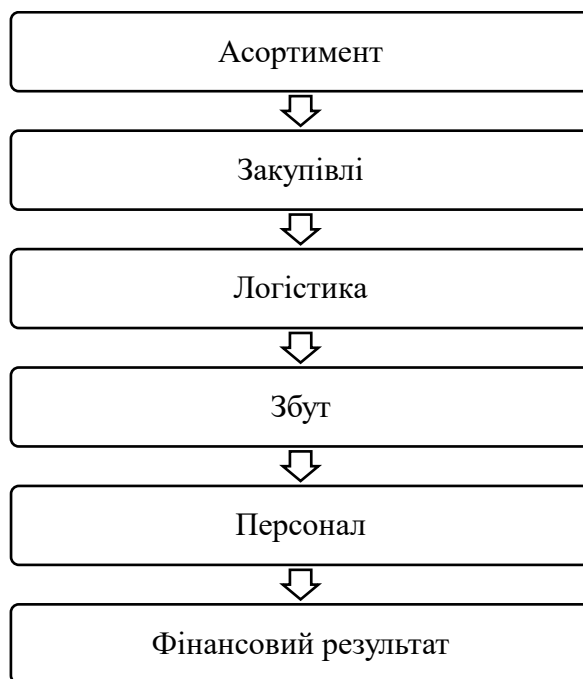


Рисунок 1.5 – Напрями удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства*

* Побудовано автором

Іншим важливим напрямом є вдосконалення системи закупівель і логістики шляхом раціоналізації постачальницьких зв'язків, зменшення запасів та прискорення товарообігу. Значний потенціал підвищення ефективності має розвиток збутової діяльності, що включає розширення каналів продажу, використання цифрових інструментів та підвищення якості обслуговування клієнтів. Окрему роль відіграє розвиток кадрового забезпечення комерційної діяльності, оскільки професійна компетентність персоналу безпосередньо впливає на комерційні результати.

Висновки до першого розділу

У першому розділі роботи було системно розглянуто теоретичні засади вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства, що дозволило сформулювати цілісне уявлення про зміст, логіку та напрями підвищення ефективності комерційних процесів в умовах сучасного конкурентного ринкового середовища.

Встановлено, що комерційна діяльність є складною багатофункціональною системою, спрямованою на забезпечення прибутковості підприємства шляхом організації руху товарів від виробника до кінцевого споживача. Визначено, що її сутність розкривається через поєднання економічних, організаційних та управлінських процесів, а ключовими характеристиками виступають орієнтація на прибуток, підвищений рівень ризику та свобода вибору комерційних рішень. Обґрунтовано поетапний характер провадження комерційної діяльності, який охоплює аналіз ринку, закупівельну діяльність, формування асортименту й управління запасами, організацію збуту та маркетингову підтримку, а також надання сервісних послуг і аналіз результатів. Така послідовність етапів забезпечує логічність і системність управління комерційними процесами.

Зосереджено увагу на виявленні резервів удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства. Доведено, що резерви мають багатовимірний характер і можуть формуватися у сфері асортиментної політики, взаємодії з постачальниками, цифровізації бізнес-процесів, організації продажів, маркетингу та логістики. Обґрунтовано, що ефективне використання внутрішніх резервів дозволяє не лише знизити витрати та підвищити оборотність ресурсів, а й посилити конкурентні позиції підприємства без суттєвого залучення додаткових інвестицій. Особливу роль у сучасних умовах відіграють цифрові резерви, пов'язані з автоматизацією, використанням CRM-систем, аналітики даних та омніканальних моделей збуту.

Розкрито теоретичні підходи до вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства як безперервного процесу адаптації до змін ринкового середовища. Визначено, що вдосконалення комерційної діяльності має носити системний характер і базуватися на узгодженості стратегічних цілей, операційних рішень і ресурсних можливостей підприємства. Підкреслено, що впровадження сучасних методів управління, інноваційних маркетингових інструментів, клієнтоорієнтованих підходів та логістичної оптимізації сприяє зростанню ефективності комерційних операцій і фінансової стійкості підприємства.

Таким чином, результати першого розділу створюють науково-теоретичну основу для подальшого аналізу практики комерційної діяльності торговельного підприємства та розроблення прикладних рекомендацій щодо її вдосконалення. Сформовані теоретичні положення дозволяють обґрунтувати напрями підвищення результативності комерційних процесів і слугують базисом для проведення аналітичних та розрахункових досліджень у наступних розділах роботи.

2 ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОМІСАВТО»

2.1 Техніко-економічна характеристика діяльності підприємства

ТОВ «КОМІСАВТО» – товариство з обмеженою відповідальністю, яке спеціалізується на торгівлі легковими автотранспортними засобами (КВЕД 45.11).

Додатковими видами діяльності товариства є:

- оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів;
- роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів;
- торгівля мотоциклами, деталями та приладдям до них, технічне обслуговування і ремонт мотоциклів.

Юридична адреса підприємства м. Хмельницький, вул. Вінницьке шосе 23, Автовокзал № 1, поштовий індекс 29000.

Компанія функціонує під брендом «Komis Auto» та позиціонує себе як офіційна компанія, що здійснює продаж автомобілів із США та Європи, викуп і підбір транспортних засобів, організацію доставки та супровід документації.

Дата заснування юридичної особи – 29.10.2019 (код ЄДРПОУ 43314567). Статутний капітал на момент реєстрації становив 10000 грн. Директор та головний бухгалтер фірми Троць Іванна Володимирівна.

Метою діяльності є надання послуг із придбання, викупу, лізингу та доставки автомобілів з-за кордону, а також супровід угод з повним пакетом документів. На веб-сайті компанії зазначено: «Пригін авто із Європи під ключ», «Контракти з аукціонами США та Європи», «Кредит на вживане авто» та інші.

Серед конкурентних переваг компанії виділяються наступні: офіційне оформлення угод, доступ до закордонних аукціонів без посередників, можливість обслуговувати фізичних та юридичних осіб, програма Trade-In (обмін старої машини на нову з доплатою), наявність власного брокера, кредитування через банки.

Компанія також позиціонує себе як надійний партнер, що обирає авто після технічної перевірки, надає фінансові інструменти (лізинг, кредит) та бере на себе документообіг.

Розташування автосалону та комісійного майданчику на Вінницькому шосе, 23 (Автовокзал № 1) у Хмельницькому забезпечує зручність для клієнтів і максимальну видимість.

Компанія використовує мультиканальний підхід: власний сайт <https://www.komis.com.ua> із каталогом авто, можливістю підбору та оформлення, а також присутність у соціальних медіа. Це дозволяє охопити ширшу аудиторію, включно з клієнтами, які зацікавлені у вживаних автомобілях із Європи або США.

Стратегія ведення бізнесу ТОВ «КОМІСАВТО» формується відповідно до особливостей ринку автотранспортних послуг і торгівлі транспортними засобами, який характеризується високою динамічністю, чутливістю до змін економічної кон'юнктури та значним рівнем конкуренції. Основою стратегічного розвитку підприємства є орієнтація на розширення спектра послуг, підвищення якості обслуговування та формування довгострокових відносин із клієнтами. Фірма зосереджується на поєднанні торговельно-посередницької функції з наданням супутніх сервісів, що забезпечує їй конкурентні переваги на регіональному ринку.

Особливості сегменту ринку, у якому функціонує підприємство, визначаються зростаючим попитом на купівлю та обслуговування транспортних засобів, особливо у сфері вторинного ринку автомобілів. Цей сегмент характеризується високою варіативністю цін, різними рівнями технічного стану автомобілів, необхідністю прозорості угод та мінімізації ризиків для покупців. У таких умовах ключовими чинниками успіху є репутація продавця, компетентність персоналу, наявність перевірених постачальників, а також можливість оперативно реагувати на зміни споживчих уподобань.

Рівень конкуренції на ринку, де працює ТОВ «КОМІСАВТО», загалом оцінюється як високий. У Хмельницькому та області функціонує значна

кількість автосалонів, комісійних майданчиків та незалежних дилерів, що формують широкий вибір пропозицій для покупців. Конкурентний тиск посилюється доступністю онлайн-майданчиків з продажу автомобілів та недобросовісними практиками окремих учасників ринку, що створює потребу у підтриманні високих стандартів обслуговування і прозорості діяльності. У таких умовах ТОВ «КОМІСАВТО» вибудовує конкурентні позиції за рахунок якості сервісу, індивідуального підходу до клієнта та формування позитивної ділової репутації.

Ключові елементи ведення бізнесу ТОВ «КОМІСАВТО»:

1. Комісійний продаж автомобілів. ТОВ «КОМІСАВТО» працює за моделлю, коли власники автомобілів передають їх підприємству для реалізації на комісійних умовах. Фірма забезпечує професійну оцінку транспортного засобу, підготовку його до продажу, формування ринкової ціни та пошук покупця. При успішній реалізації підприємство отримує комісійну винагороду. Така модель мінімізує фінансові ризики підприємства та водночас забезпечує стабільний дохід.

2. Перепродаж автомобілів. Окремим напрямом діяльності є закупівля автомобілів у фізичних або юридичних осіб з метою їх подальшого продажу. У такому випадку фірма не лише виконує функцію посередника, а й бере на себе ризики, пов'язані з ліквідністю та зміною ринкової вартості авто. Підприємство здійснює технічну перевірку, оцінку, ремонти (за потреби) та передпродажну підготовку.

3. Організація доставки транспортних засобів. Особливістю роботи підприємства є забезпечення логістики автомобілів – як при їх переміщенні до торгового майданчика, так і при доставці покупцю. Доставка може здійснюватися:

- евакуаторами – у разі технічних несправностей;
- автовозами – при оптових закупівлях або транспортуванні на значні відстані;
- перегінними водіями – якщо авто технічно справне.

Компанія контролює технічний стан автомобіля під час транспортування та несе відповідальність за його збереження, що підвищує довіру клієнтів.

4. Передпродажна підготовка. До цього етапу входять: діагностика, технічний огляд, мийка, хімчистка, мінімальні ремонтні роботи, усунення косметичних дефектів. Саме якість передпродажної підготовки значною мірою визначає швидкість реалізації та конкурентоспроможність пропозиції.

5. Інформаційно-рекламний супровід. Підприємство активно використовує онлайн-платформи для розміщення оголошень, здійснює професійну фотозйомку авто, готує технічні описи й організовує комунікацію з потенційними покупцями. Це одна з ключових складових ринкового успіху, оскільки більшість клієнтів приймають рішення на основі попереднього онлайн-перегляду.

6. Юридичний супровід угод. ТОВ «КОМІСАВТО» забезпечує підготовку документів, консультації щодо реєстрації транспортного засобу, оформлення договорів купівлі-продажу або комісії. Прозорість юридичних процедур підвищує довіру споживачів та мінімізує ризики для сторін.

Маркетингова стратегія ТОВ «КОМІСАВТО»:

- наявність товару (вживаних автомобілів) із різним ціновим діапазоном і типом палива (дизель, бензин, гібриди) для задоволення різних потреб;
- фінансові інструменти (лізинг, кредит, Trade-In) для підвищення доступності покупки;
- сервісне супроводження (супровід документації, допомога з розмитненням, авто-брокер) для мінімізації ризиків клієнта.

У продуктовому каталозі компанії представлені моделі авто різних класів, поколінь і типів. Крім продажу вживаних авто, компанія надає такі послуги:

- пригін авто з Європи та США: пошук, придбання, доставка, митне оформлення, сертифікація;
- викуп автотранспорту в Україні, так і викуп авто за кордоном;
- програма Trade-In – обмін старого авто на нове з доплатою;

- кредитування та лізинг – оформлення авто через банки та фінансові установи;

- комісійна торгівля – авто, що виставляються на майданчику як комісійний товар.

- супровід документації (брокерські послуги, оформлення купівлі-продажу, страхування).

Сильні сторони:

- чітка спеціалізація на вживаних авто із Європи та США та супутніх послугах (пригін, брокер, кредит);

- сервіс-орієнтованість: супровід клієнта, прозорість угод, контроль історії авто;

- наявність майданчика в локації з високою видимістю;

- широкий продуктово-освітній підхід: лізинг, кредит, обмін, доставка.

Слабкі сторони:

- відносно невеликі фінансові обсяги (за даними реєстру) можуть обмежувати масштаб і вплив на ринку;

- ризики, характерні для сегмента вживаних автомобілів: історія авто, витрати на митне оформлення, логістика доставки – потребують високої компетенції та надійності;

- конкуренція з боку великих автодилерів та онлайн-платформ може створювати тиск на ціни та маржу.

ТОВ «КОМІСАВТО» у місті Хмельницький становить приклад спеціалізованого гравця на ринку вживаних автомобілів в Україні. Завдяки чіткому фокусу на імпорт із Європи і США, широкому спектру послуг і клієнтоорієнтованому підходу, компанія має потенціал подальшого розвитку. Проте, для збільшення конкурентоспроможності та масштабування діяльності підприємству слід зосередитися на посиленні маркетингу, оптимізації внутрішніх процесів та посиленні фінансових та сервісних пропозицій. У цілому, компанія демонструє стабільну основу для розвитку, за умови стратегічного керівництва та адаптації до динамічного ринку автомобілів.

Проаналізуємо основні показники діяльності ТОВ «КОМІСАВТО»
(таблиця 2.1)

Таблиця 2.1 – Основні техніко-економічні показники ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Одиниця виміру	Рік			Темпи зростання	
		2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023
Разом доходи, тис. грн	тис. грн	31075,7	17575,7	5263,2	56,56	29,95
Середньооблікова чисельність працівників.	осіб	6	6	7	100,00	116,67
Дохід на - одного працівника;	тис. грн/особу	6375,4	3269,1	751,9	51,28	23,00
Фонд заробітної плати працівників	тис. грн.	922,9	1037,4	1315,3	112,41	126,79
Середньорічна заробітна плата одного працівника	грн/особу	153816,7	172900,0	187900,0	112,41	108,68
Разом витрати	тис. грн	30412,3	17412,3	5214,5	57,25	29,95
Витрати на 1 доходів, грн (витратомісткість)	грн/грн	0,98	0,99	0,99	101,23	100,00
Чистий фінансовий результат (прибуток/збиток)	тис. грн	634,0	134,0	40,0	21,14	29,85
Рентабельність:						
- доходу	%	2,04	0,76	0,76		
- витрат		2,08	0,77	0,77		
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн	1786,9	1463,0	1230,6	81,87	84,11
Фондовіддача	грн	21,407	13,407	4,277	62,63	31,90

Наведені у таблиці 2.1 техніко-економічні показники ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки вказують на суттєве погіршення ключових показників, що свідчить про кризові тенденції у функціонуванні підприємства.

Доходи підприємства значно скоротилися: з 31075,7 тис. грн у 2022 році до 17575,7 тис. грн у 2023 році (56,56 % від рівня попереднього року), а у 2024 році

– до 5263,2 тис. грн (29,95 % від рівня 2023 року). Таке стрімке падіння доходів майже у шість разів за два роки є ознакою суттєвих проблем зі збутом.

На тлі зниження доходів чисельність працівників залишалась стабільною у 2022–2023 роках (6 осіб), а у 2024 році зросла до 7 осіб. Проте збільшення персоналу в умовах різкого падіння доходів погіршує показники продуктивності праці. Так, дохід на одного працівника скоротився з 6375,4 тис. грн у 2022 році до 3269,1 тис. грн у 2023 році (51,28 %), а у 2024 році – до 751,9 тис. грн (лише 23 % від рівня попереднього року). Така динаміка свідчить про істотне зниження ефективності використання трудових ресурсів та недостатнє навантаження на персонал.

Фонд заробітної плати демонструє зростання: у 2023 році він зріс 12,41% порівняно з 2022 роком (до 1037,4 тис. грн у 2024 році відносний приріст склав 26,79%, а його фактичне значення склало 1315,3 тис. грн, що свідчить про корекцію витрат на оплату праці. Аналогічну динаміку демонструє середньорічна заробітна плата одного працівника: 153,8 тис. грн у 2022 році, 172,9 тис. грн у 2023 році та 187,9 тис. грн у 2024 році.

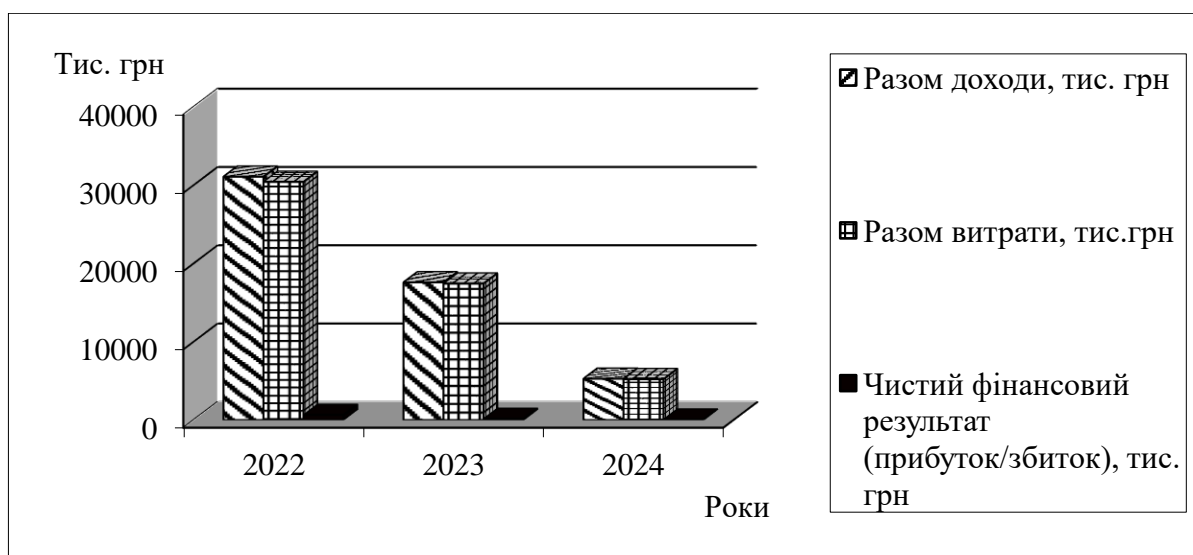


Рисунок 2.1 – Динаміка результативних показників діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки

Витрати ТОВ «КОМІСАВТО» скорочувалися пропорційно доходам (рисунок 1.1): з 30412,3 тис. грн у 2022 році до 17412,3 тис. грн у 2023 році (-

42,75 %), а у 2024 році – до 5214,5 тис. грн (-70,05 %). Водночас витратомісткість продукції залишалася стабільно високою – 0,98–0,99 грн витрат на 1 грн доходу. Це свідчить про низьку маржинальність діяльності та обмежений потенціал підприємства щодо формування прибутку.

Чистий фінансовий результат демонструє негативну динаміку. Прибуток знизився з 634,0 тис. грн у 2022 році до 134,0 тис. грн у 2023 році (-78,86 %), а у 2024 році – до лише 40,0 тис. грн (-70,15 %). Рентабельність доходу та витрат відповідно зменшилася з понад 2 % у 2022 році до 0,76 % у 2023–2024 роках, що відображає різке зниження ефективності операційної діяльності.

Середньорічна вартість основних фондів протягом періоду скоротилася з 1786,9 тис. грн у 2022 році до 1463,0 тис. грн у 2023 році та до 1230,6 тис. грн у 2024 році, що свідчить про вибуття активів та недостатність інвестицій в оновлення матеріальної бази. Фондовіддача суттєво скоротилася: з 21,407 грн у 2022 році до 13,407 грн у 2023 році та до 4,277 грн у 2024 році. Що вказує на різке зниження продуктивності використання основних фондів.

Аналіз техніко-економічних показників ТОВ «КОМІСАВТО» показує, що підприємство перебуває у стані глибокого спаду: доходи, прибуток, продуктивність праці та ефективність використання ресурсів суттєво знизилися. Це вказує на необхідність перегляду бізнес-моделі, оптимізації витрат, підвищення ефективності управління персоналом та активізації заходів зі збуту для відновлення фінансової стійкості.

2.2 Аналіз наявності та використання ресурсів підприємства

Продуктивність праці є одним із ключових показників ефективності діяльності підприємства, адже від рівня результативності працівників залежить швидкість виконання операцій, якість обслуговування клієнтів та загальна конкурентоспроможність фірми. Для ТОВ «КОМІСАВТО», яке функціонує у

сфері комісійного продажу, логістики та супроводу операцій з автомобілями, оцінка продуктивності персоналу має особливе значення, оскільки безпосередньо впливає на обсяги продажів, оборотність товару та фінансові результати.

Аналіз дозволяє оцінити, наскільки раціонально використовуються людські ресурси, чи відповідає фактичний рівень продуктивності встановленим нормам і потребам ринку. Це важливо для підприємства, де багато процесів пов'язані з обслуговуванням клієнтів, оформленням документів, підготовкою автомобілів до продажу та логістичними операціями.

Висока продуктивність праці сприяє збільшенню товарообігу, росту кількості оброблених заявок, скороченню часу на логістичні та адміністративні процедури. Це, у свою чергу, забезпечує підвищення прибутковості «КОМІСАВТО».

Аналіз продуктивності дає можливість визначити співвідношення між результатами роботи працівників та наданими їм матеріальними чи нематеріальними стимулами. Виявлення дисбалансів дозволяє удосконалити систему мотивації, забезпечити справедливість винагороди та підвищити зацікавленість персоналу у результатах своєї діяльності.

Оцінка продуктивності дозволяє визначити, чи достатня кількість працівників задіяна у ключових процесах, чи немає дублювання функцій або, навпаки, перевантаження окремих відділів. Це забезпечує оптимізацію організаційної структури та підвищення ефективності управління.

Для компанії, що працює з комісійним продажем автомобілів, швидкість обслуговування, чіткість дій менеджерів та точність документального супроводу мають вирішальне значення. Аналіз продуктивності дозволяє виявити, які фактори знижують якість сервісу, і впровадити відповідні покращення.

Таблиця 2.2 – Дані для аналізу продуктивності праці на ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Рік			Відхилення (+,-)
	2022	2023	2024	2024-2022
1. Разом доходи, тис. грн	31075,70	17575,70	5263,20	-25812,50
2. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	6	6	7	1,00
3. Відпрацьовано днів одним робітником за рік, дні	269	267	264	-4,32
4. Середня тривалість робочого дня, год.	8	7,9	8	0,00
5. Загальна кількість відпрацьованого часу за рік працівниками:				
- людино-днів	1612	1604	1850	238,38
- людино-годин	12895	12675	14802	1907,00
6. Середньорічний виробіток одного працюючого, тис. грн	5179,28	2929,28	751,89	-4427,40
7. Середньоденний виробіток одного працюючого, грн	19279,22	10954,48	2844,59	-16434,64
8. Середньогодинний виробіток одного працюючого тис. грн	2409,90	1386,64	355,57	-2054,33

На основі даних таблиці 2.2 можна відзначити передусім про істотне скорочення обсягів доходів підприємства: з 31075,7 тис. грн у 2022 році до 5263,2 тис. грн у 2024 році, що свідчить про різке зниження операційної активності та можливі проблеми ринкового характеру, пов'язані з попитом, конкуренцією або внутрішніми організаційними факторами. Одночасно чисельність працівників зросла з 6 до 7 осіб, що за умов зниження обсягів діяльності призвело до додаткового зниження продуктивності праці.

Показники використання робочого часу демонструють відносну стабільність. Кількість днів, відпрацьованих одним працівником, зменшилася лиш на 4,32 дня за два роки, а середня тривалість робочого дня залишилася незмінною на рівні 8 годин. Утім, за рахунок збільшення чисельності персоналу загальна кількість відпрацьованих людино-днів зросла на 238,38, а людино-годин – на 1907 годин. Це означає, що підприємство у 2024 році залучало більше трудових ресурсів, однак не змогло забезпечити пропорційне зростання доходів.

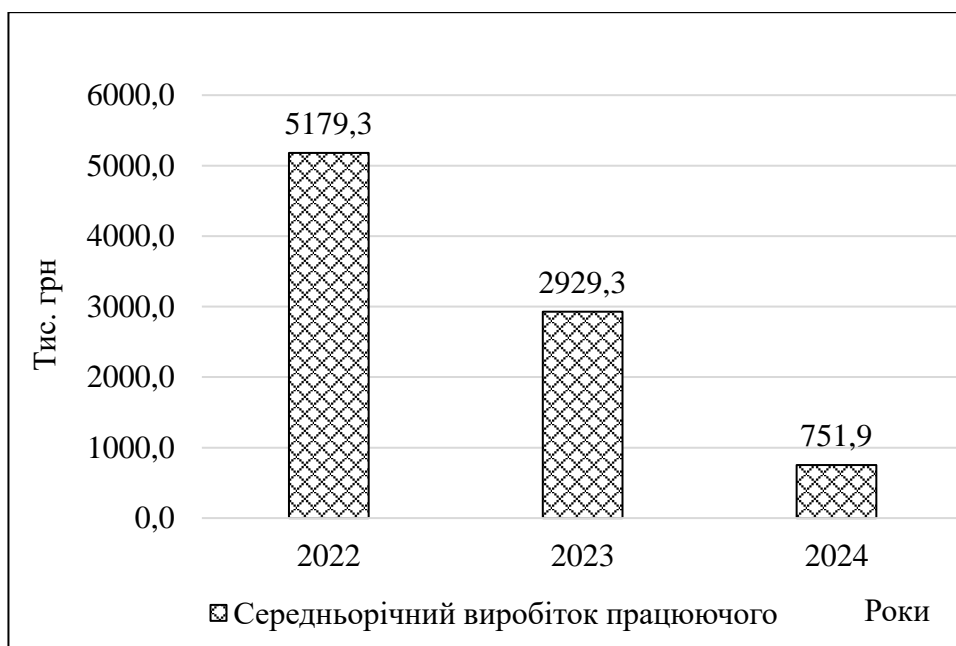


Рисунок 2.2 – Динаміка продуктивності праці на ТОВ «КОМІСАВТО»

Аналіз основних показників виробітку свідчить про суттєве погіршення ефективності праці. Так, середньорічний виробіток одного працівника скоротився з 5179,28 тис. грн у 2022 році до 751,89 тис. грн у 2024 році, падіння склало (-4427,4) тис. грн. Аналогічні тенденції спостерігаються щодо середньоденного та середньогодинного виробітку: середньоденний показник зменшився на (-16434,64) грн, а середньогодинний – на (-2054,33) грн. Така динаміка підтверджує, що зниження продуктивності праці має системний характер і пов'язане передусім із різким скороченням обсягів реалізації при відносно стабільних трудових витратах.

Результати аналізу свідчать про значне погіршення ефективності використання трудових ресурсів у 2022–2024 роках. Збільшення чисельності працівників на тлі різкого падіння доходів призвело до істотного зменшення всіх показників продуктивності праці. Підприємству необхідно переглянути політику управління персоналом та оптимізувати трудові витрати, а також здійснити стратегічне відновлення ринкових позицій через розширення асортименту, підвищення якості послуг або активізацію маркетингової діяльності. Без таких

заходів подальше зниження продуктивності може поглибити фінансову нестабільність підприємства.

Раціональне управління основними виробничими фондами є ключовою передумовою стабільності та конкурентоспроможності ТОВ «КОМІСАВТО», оскільки саме ці активи формують матеріально-технічну базу підприємства й визначають його виробничий потенціал. Основні засоби забезпечують виконання операційних процесів, впливають на рівень виробничих витрат, швидкість обслуговування клієнтів та якість наданих послуг, що особливо важливо для підприємства, яке працює в сегменті комісійного продажу, транспортування і логістики автомобілів.

Стан та продуктивність основних засобів безпосередньо впливають на якість і швидкість обробки транспортних засобів, можливість їх огляду, підготовки, зберігання та перевезення. Аналіз дозволяє визначити, наскільки інтенсивно та раціонально використовуються наявні фонди.

Автомобільний бізнес вимагає сучасної інфраструктури: оглядових майданчиків, обладнання для технічної діагностики, вантажно-розвантажувальної техніки, складських приміщень. Аналіз дає змогу встановити рівень фізичного та морального зносу, визначити ризики простоїв та втрат від експлуатації застарілого обладнання.

Ефективне використання основних засобів сприяє зниженню витрат, підвищенню продуктивності та оптимізації операційних процесів, що позитивно відображається на прибутковості підприємства. Неефективне використання, навпаки, призводить до зростання собівартості та зниження рентабельності.

Результати аналізу є базою для формування інвестиційної політики підприємства: визначення необхідності оновлення, модернізації, придбання нового обладнання або оптимізації наявних потужностей.

Аналіз використання основних засобів дає керівництву комплексне уявлення про ефективність операційної діяльності, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку матеріально-технічної бази, оптимізації витрат та підвищення загальної результативності підприємства.

Проведемо аналіз використання основних виробничих фондів ТОВ «КОМІСАВТО» для чого сформуємо аналітичну таблицю 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз використання основних виробничих фондів ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Рік			Відхилення	
	2022	2023	2024	2023-2022	2024-2023
1. Разом доходи, тис. грн	31075,7	17575,7	5263,2	-13500,0	-12312,5
2. Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн	1786,9	1463,0	1230,6	-323,9	-232,4
3. Вартість устаткування, тис. грн	1161,5	1009,5	836,8	-152,0	-172,7
4. Чистий фінансовий результат (прибуток/збиток), тис. грн	634,0	134,0	40,0	-500,0	-94,0
5. Фондовіддача, грн	21,41	13,41	4,28	-8,00	-9,13
6. Фондомісткість, грн	0,05	0,07	0,23	0,03	0,16
7. Фондоозброєність, тис. грн/особу	297,82	243,83	175,80	-53,98	-68,03
8. Технічна озброєність праці, тис. грн/особу	232,30	201,89	139,47	-30,40	-62,43
9. Рентабельність виробництва, %	2,04	0,76	0,76	-1,28	0,00

Аналіз динаміки основних виробничих фондів ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки (таблиця 2.2) засвідчує суттєве погіршення більшості ключових фінансово-виробничих показників, що вказує на зниження ефективності використання матеріально-технічної бази підприємства та зменшення рівня його господарської активності.

У першу чергу слід відзначити динаміку доходів, оскільки цей показник опосередковано відображає ринкові позиції підприємства та рівень попиту на його послуги. За два роки підприємство втратило майже 26 млн грн доходів, що еквівалентно зменшенню на 83 %. Така негативна динаміка може бути зумовлена спадом економічної активності населення, зниженням платоспроможності клієнтів.

Середньорічна вартість основних виробничих фондів також демонструє тенденцію до скорочення: з 1786,9 тис. грн у 2022 році до 1463,0 тис. грн у 2023-му та до 1230,6 тис. грн у 2024-му. Зменшення матеріально-технічної бази на 556,3 тис. грн протягом трьох років свідчить про відсутність інвестицій у розвиток та списання частини основних засобів. Особливо помітно скорочується вартість устаткування – ключової складової виробничих фондів. Зниження становить 152,0 тис. грн у 2023 році та 172,7 тис. грн у 2024 році. Загалом вартість устаткування зменшилася майже на 28 %, що може свідчити про фізичний та моральний знос.

Ефективність використання основних засобів характеризується фондovіддачею, яка зменшилася з 21,41 грн у 2022 році до 13,41 грн у 2023-му та 4,28 грн у 2024-му. Таке стрімке погіршення свідчить про те, що кожна гривня основних виробничих фондів приносить дедалі менше доходу. Відповідно зростає фондомісткість – з 0,05 грн у 2022 році до 0,23 грн у 2024 році. Така динаміка демонструє збільшення ресурсозатратності виробничих процесів, що є ознакою неефективного використання наявних потужностей.

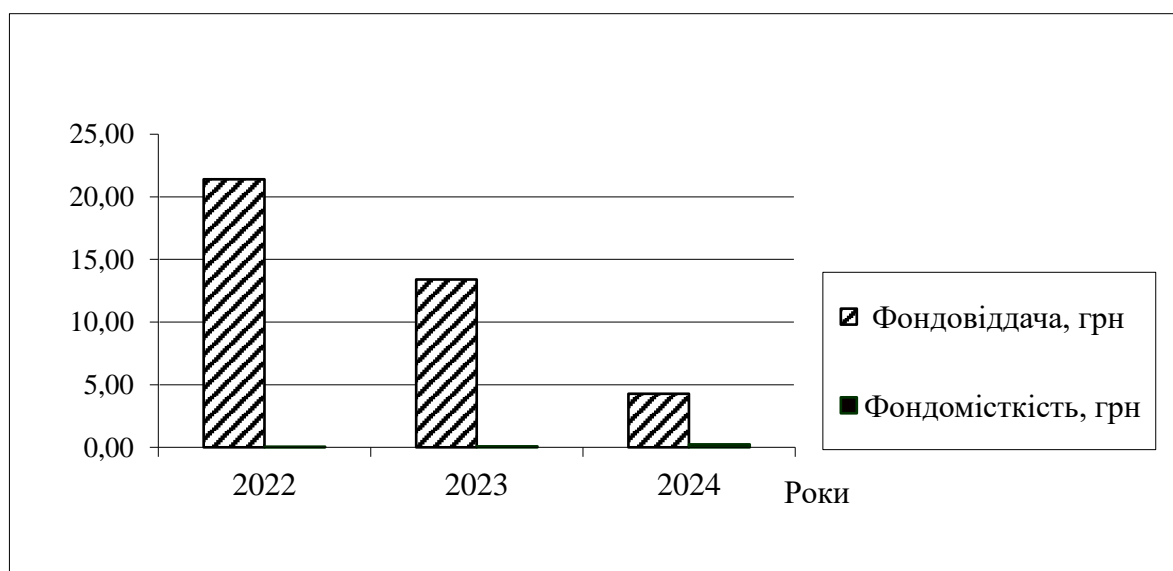


Рисунок 2.3 – Динаміка фондомісткості та фондovіддачі на ТОВ «КОМІСАВТО»

Фондоозброєність працівників відображає забезпеченість персоналу основними засобами, також знизилась: з 297,82 тис. грн/особу у 2022 році до 175,80 тис. грн/особу у 2024-му, відбулося зменшення технічної бази, що припадає на одного працівника, і може свідчити про погіршення умов праці та зниження продуктивності. Аналогічна тенденція спостерігається у показнику технічної озброєності: падіння з 232,30 тис. грн/особу до 139,47 тис. грн/особу за три роки вказує на процес технологічної деградації підприємства.

Таким чином можна констатувати, що ТОВ «КОМІСАВТО» перебуває у стані системного зниження ефективності діяльності. Падіння доходів, скорочення матеріально-технічної бази, зниження прибутку та зменшення технічного забезпечення працівників свідчать про суттєві структурні проблеми. Негативна динаміка основних техніко-економічних показників вказує на необхідність перегляду стратегії розвитку, оновлення виробничих потужностей та впровадження заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

2.3 Аналіз динаміки та структури витрат

Аналіз витрат є важливим етапом оцінки економічної діяльності підприємства. Дані аналітичної таблиці 2.4 склад, структура та динаміки витрат ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2023 роки дає змогу оцінити ефективність витратної політики підприємства та визначити основні тенденції зміни витратних елементів у досліджуваному періоді.

Таблиця 2.4 – Склад, структура і динаміка витрат на ТОВ «КОМІСАВТО»

Елементи витрат	Сума, тис. грн			Структура витрат, %		
	2023	2024	відхилення, +,-	2023	2024	відхилення, +,-
1. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	15660,3	2723,7	-12936,6	89,94	52,23	-37,70
2. Інші операційні витрати	1752	2487,6	735,6	10,06	47,71	37,64
3. Інші витрати	-	3,2	3,2	0,00	0,06	0,06
4. Разом витрати у тому числі:	17412,3	5214,5	-12197,8	100,00	100,00	0,00
- змінні витрати	13362,2	4281,6	-9080,6	76,74	82,11	5,37
- постійні витрати	4050,1	932,9	-3117,2	23,26	17,89	-5,37

Найбільшу частку у витратах підприємства традиційно займає собівартість реалізованої продукції, яка у 2022 році становила 15660,3 тис. грн, або 89,94 % загальних витрат. У 2023 році її обсяг скоротився до 2723,7 тис. грн, в абсолютному виразі дане зменшення склало 12936,6 тис. грн. Відповідно, частка собівартості у структурі витрат зменшилася до 52,23 %, тобто на 37,70 процентних пункта. Така динаміка свідчить про значне падіння обсягів операційної діяльності, скорочення реалізації.

Водночас інші операційні витрати демонструють протилежну тенденцію. Якщо у 2022 році їх обсяг становив 1752,0 тис. грн, а їх питома вага 10,06 %, то у 2023 році вони збільшилися до 2487,6 тис. грн, тобто на 735,6 тис. грн. Частка цієї статті витрат зросла майже в п'ять разів – до 47,71 %. Це вказує на зростання витрат, не пов'язаних безпосередньо з виробництвом чи реалізацією продукції. До таких витрат належать витрати на збут, адміністративні витрати, втрати від курсових різниць тощо. Зміна структури у бік зростання операційних витрат свідчить про збільшення непродуктивних або супутніх витрат, що негативно впливає на прибутковість.

Інші витрати у 2022 році були відсутні, тоді як у 2023 році становили 3,2 тис. грн, займаючи незначну частку (0,06 %), однак їх поява свідчить про виникнення нових статей витрат, пов'язаних із фінансово-інвестиційною діяльністю та позареалізаційними операціями.

Загальний обсяг витрат зменшився з 17412,3 тис. грн у 2022 році до 5214,5 тис. грн у 2023 році, тобто на 12197,8 тис. грн. Таке суттєве скорочення відповідає загальному зниженню масштабів діяльності підприємства.

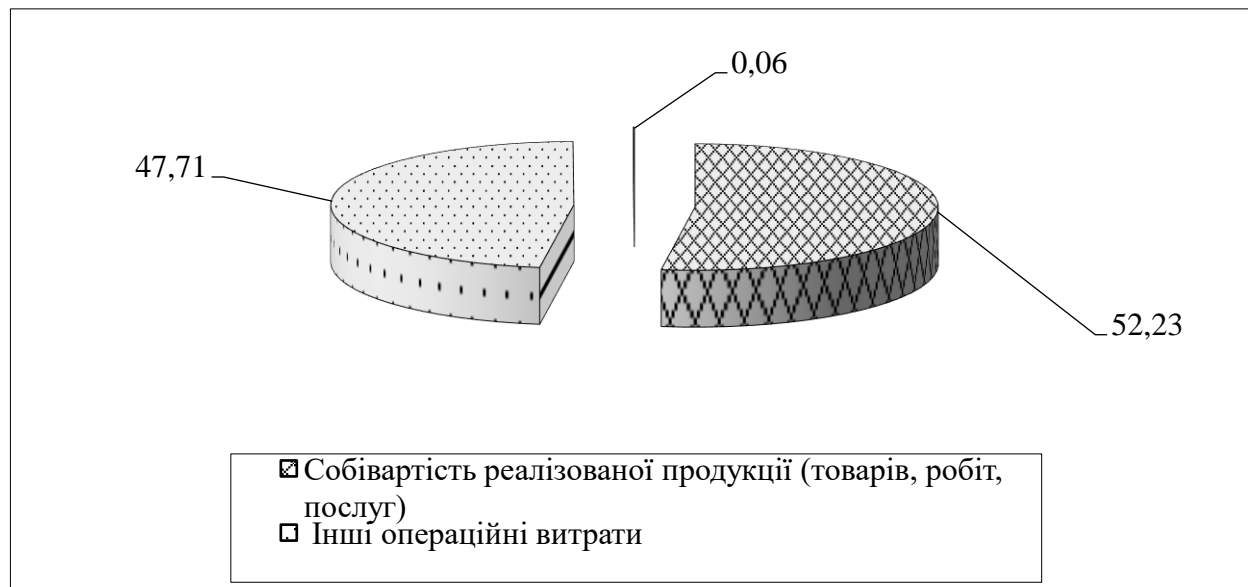


Рисунок 2.4 – Структура витрат ТОВ «КОМІСАВТО» за 2024 рік

Структурний аналіз змінних і постійних витрат демонструє, що змінні витрати зросли з 13362,2 тис. грн до 4281,6 тис. грн, а їх частка у загальних витратах з 76,74% до 82,11%, тобто на 5,37 процентних пункта. Це свідчить про залежність витратної частини підприємства від змін у виробництві та реалізації продукції. Постійні витрати скоротилися з 4050,1 тис. грн до 932,9 тис. грн, а їх частка зменшилася з 17,89 % до 17,89 %. Зниження постійних витрат свідчить про оптимізацію адміністративних та загальногосподарських витрат.

Структура витрат ТОВ «КОМІСАВТО» у 2023 році зазнала суттєвих змін: підприємство значно скоротило собівартість реалізованої продукції, водночас збільшивши частку інших операційних витрат. Що є наслідком зниження виробничих обсягів та неефективним управлінням витратами. Динаміка витрат загалом свідчить про необхідність поглибленого аналізу структури операційних витрат і перегляду витратної політики з метою підвищення економічної ефективності підприємства.

Таблиця 2.5 – Аналіз витрат на 1 гривню доходів на ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Рік			Відхилення, +/-		
	2022	2023	2024	2023-2022	2024-2023	2024-2022
Разом доходи, тис. грн	31075,7	17575,7	5263,2	-13500	-12312,5	-25812,5
Разом витрати, тис. грн	30412,3	17412,3	5214,5	-13000	-12197,8	-25197,8
Витрати на 1 доходів, грн (витратомісткість)	0,98	0,99	0,99	0,01	0,00	0,01

Дані таблиці 2.5 дають змогу оцінити ефективність використання фінансових ресурсів та динаміку співвідношення доходів і витрат у 2022–2024 роках.

Упродовж аналізованого періоду спостерігається різке скорочення як доходів, так витрат. Зокрема, доходи підприємства зменшилися з 31075,7 тис. грн у 2022 році до 5263,2 тис. грн у 2024 році. Аналогічну тенденцію демонструють і витрати: вони скоротилися з 30412,3 тис. грн до 5214,5 тис. грн, що склало (-25197,8) тис. грн. Важливо відзначити, що темпи падіння доходів і витрат є майже синхронними, що вказує на пропорційний характер скорочення діяльності.

Показник витратомісткості, який характеризує загальну величину витрат на 1 гривню отриманих доходів, у 2022 році становив 0,98 грн, а у 2023 та 2024 роках – 0,99 грн. Незважаючи на незначні коливання, значення витратомісткості залишається стабільним і наближеним до 1. Протягом досліджуваного періоду майже весь дохід підприємства спрямовувався на покриття витрат, залишаючи мінімальний обсяг прибутку. Відхилення показника становить лише +0,01 грн між 2022 та 2023 роками та не змінюється у 2024 році, що свідчить про відсутність істотних структурних зрушень у системі управління витратами.

Таким чином діяльність ТОВ «КОМІСАВТО» характеризується високою витратомісткістю та низьким рівнем рентабельності протягом 2022-2024 років. Незважаючи на значне скорочення доходів і витрат, співвідношення між ними залишилося майже незмінним, що може свідчити як про стабільну структуру витрат, так і про відсутність ефективних заходів щодо їх оптимізації.

Підприємству доцільно провести поглиблений аудит витрат, визначити непродуктивні статті та реалізувати заходи з підвищення ефективності витратної політики, оскільки збереження витратомісткості на рівні 0,99 грн/грн у довгостроковій перспективі є загрозою для фінансової стійкості та конкурентоспроможності.

2.4 Аналіз прибутковості та рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО»

Аналіз прибутковості та рентабельності є одним із ключових елементів оцінки фінансового стану підприємства, оскільки саме ці показники безпосередньо відображають ефективність господарської діяльності та здатність компанії генерувати фінансові результати у довгостроковій перспективі. Для ТОВ «КОМІСАВТО», яке працює у сфері комісійного продажу, логістики та надання супутніх послуг, дослідження рівня прибутковості й рентабельності має особливе значення, адже діяльність підприємства характеризується високою конкуренцією, залежністю від ринкової кон'юнктури та швидкістю обороту товарних ресурсів.

Проведення аналізу прибутковості та рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО» є важливим і необхідним етапом комплексної оцінки фінансової діяльності підприємства. Він дозволяє визначити рівень ефективності використання ресурсів, виявити резерви підвищення прибутковості, оцінити конкурентоспроможність та забезпечити обґрунтованість управлінських рішень. Результати такого аналізу створюють основу для стабільного розвитку підприємства й підвищення його фінансової стійкості у динамічному ринковому середовищі.

Проаналізуємо процес формування прибутку на ТОВ «КОМІСАВТО» (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз формування прибутку ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Рік, тис. грн			Темпи зростання, %		
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023	2024/ 2022
1. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	29996,6	16996,6	3588,5	56,66	21,11	11,96
2. Інші операційні доходи	736,3	236,3	1633,8	32,09	691,41	221,89
3. Інші доходи	342,8	342,8	40,9	100,00	11,93	11,93
4. Разом доходи	31075,7	17575,7	5263,2	56,56	29,95	16,94
5. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	28660,3	15660,3	2723,7	54,64	17,39	9,50
6. Інші операційні витрати	1752	1752	2487,6	100,00	141,99	141,99
7. Інші витрати			3,2			
8. Разом витрати	30412,3	17412,3	5214,5	57,25	29,95	17,15
9. Фінансовий результат до оподаткування (прибуток/збиток)	663,4	163,4	48,7	24,63	29,80	7,34
10. Податок на прибуток	29,4	29,4	8,7	100,00	29,59	29,59
11. Чистий прибуток (збиток)	634	134	40	21,14	29,85	6,31
12. Фінансовий результат від операційної діяльності	320,6	-179,4	11	-55,96	-6,13	3,43

Наведені у таблиці 2.6 дані характеризують динаміку формування прибутку ТОВ «КОМІСАВТО» у 2022–2024 роках та відображають суттєві зміни у доходах, витратах і фінансових результатах підприємства.

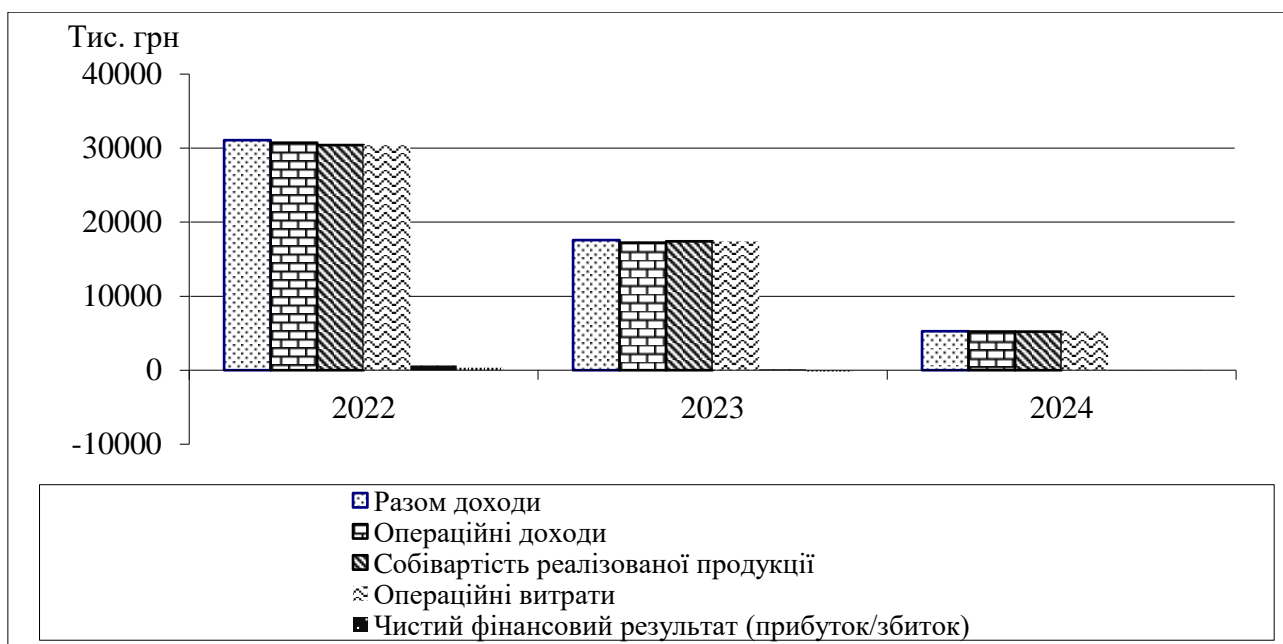


Рисунок 2.5 – Динаміка доходів та витрат ТОВ «КОМІСАВТО»
у 2022–2024 роках

Упродовж аналізованого періоду спостерігається різке скорочення чистого доходу від реалізації: у 2023 році він зменшився на 43,34 %, а у 2024 році – ще на 78,89 % порівняно з попереднім періодом. У підсумку показник становить лише 11,96 % від рівня 2022 року, що свідчить про істотне звуження обсягів господарської діяльності та зниження ринкової активності підприємства. Попри загальне скорочення операційних доходів, у 2024 році зафіксовано значне зростання інших операційних доходів – у 6,9 раза порівняно з 2023 роком та у 2,2 рази відносно 2022 року. Водночас інші доходи, навпаки, демонструють різке падіння: у 2024 році їхній обсяг зменшився майже в дев'ять разів, що вказує на нестабільність позареалізаційних надходжень.

Сукупні доходи підприємства у 2024 році були рівні лише 16,94 % показника 2022 року, що суттєво звужує можливості для покриття витрат і отримання прибутку. Зменшення витрат є пропорційним до зниження доходів: їхній загальний обсяг у 2024 році становить 17,15 % рівня 2022 року. Найбільш відчутно скоротилася собівартість реалізованої продукції – на 90,5 % у порівнянні з 2022 роком, що відповідає падінню обсягів продажів. Водночас інші

операційні витрати демонструють зростання у 2024 році – у 1,42 рази порівняно з 2023 роком, що може бути наслідком збільшення адміністративних чи збутових витрат за умов загального скорочення діяльності.

Фінансовий результат до оподаткування є нестабільним: прибуток у 2024 році становить лише 7,34 % від значення 2022 року. Податок на прибуток зменшується пропорційно, проте навіть за знижених податкових зобов'язань чистий прибуток продовжує скорочуватися. У 2024 році він становить лише 40 тис. грн, що у 15,85 рази менше, ніж у 2022 році. Особливо показовим є фінансовий результат від операційної діяльності: негативний показник у 2023 році свідчить про збитковість операційної діяльності, а незначне покращення у 2024 році (11 тис. грн) вказує на спробу стабілізації, проте загальна операційна ефективність залишається критично низькою.

Результати аналізу свідчать про суттєве скорочення масштабів діяльності ТОВ «КОМІСАВТО», значні фінансові ризики та нестабільність грошових потоків. Підприємству варто було б активізувати маркетингову політику та оптимізувати витрати для відновлення прибутковості та забезпечення фінансової стійкості.

Таблиця 2.7 – Аналіз прибутковості та рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО»

Показник	Рік			Відхилення (+, -)
	2022	2023	2024	
1	2	3	4	5
Разом доходи, тис. грн	31075,7	17575,7	5263,2	-25812,5
Операційні доходи, тис. грн	30732,9	17232,9	5222,3	-25510,6
Разом витрати, тис. грн	30412,3	17412,3	5214,5	-25197,8
Операційні витрати, тис. грн	30412,3	17412,3	5211,3	-25201,0
3. Вартість капіталу (баланс), тис. грн	16677,9	8610,2	9508,4	-7169,5
у т.ч. власного	6129,7	745,2	785,2	-5344,5

Продовження таблиця 2.7

1	2	3	4	5
4. Фінансовий результат (прибуток/збиток), тис. грн:				
- від реалізації продукції;				
- до оподаткування;	663,4	163,4	48,7	-614,7
- чистий	634,0	134,0	40,0	-594,0
Операційний прибуток, тис. грн	320,6	-179,4	11,0	-309,6
5. Рентабельність, %				
- доходу	2,04	0,76	0,76	-1,28
- витрат	2,08	0,77	0,77	-1,32
- капіталу	3,80	1,56	0,42	-3,38
- власного капіталу	10,34	17,98	5,09	-5,25
- операційного доходу	1,04	-1,04	0,21	-0,83
- операційних витрат	1,05	-1,03	0,21	-0,84

Аналіз таблиці 2.7 свідчать про суттєве погіршення фінансово-економічних результатів та послаблення здатності ТОВ «КОМІСАВТО» генерувати прибуток на основі наявних ресурсів. Загальні доходи підприємства у 2024 році скоротилися на 25,8 млн грн порівняно з 2022 роком, що відображає падіння обсягів господарської діяльності майже у шість разів. Аналогічна динаміка характерна і для операційних доходів, обсяг яких у 2024 році є меншим на понад 25,5 млн грн, що підтверджує системне зниження рентабельних операційних сегментів підприємства.

Витрати скорочуються пропорційно зменшенню доходів: їхній загальний обсяг у 2024 році зменшився на 25,2 млн грн у порівнянні з базовим 2022 роком. Незважаючи на зниження витрат, фінансовий результат до оподаткування різко погіршився: з 663,4 тис. грн прибутку у 2022 році до лише 48,7 тис. грн у 2024 році. Чистий прибуток продемонстрував аналогічну динаміку, зменшившись на 594 тис. грн, що свідчить про втрату ефективності основної діяльності.

Особливо тривожним є стан капіталу підприємства. Загальна вартість капіталу зменшилася на 7,17 млн грн, а власний капітал – на 5,34 млн грн. Така негативна тенденція вказує на вичерпання фінансової стійкості та підвищення

залежності від позикових ресурсів, що може становити довгострокові ризики для платоспроможності. Операційний прибуток у 2023 році став від’ємним (–179,4 тис. грн), а у 2024 році залишився на низькому рівні – 11 тис. грн, що відображає слабку операційну ефективність та нездатність основної діяльності забезпечувати достатній грошовий потік.

Показники рентабельності підтверджують тенденції до зниження ефективності використання ресурсів. Рентабельність доходу зменшилася з 2,04 % до 0,76 %, а рентабельність витрат – з 2,08 % до 0,77 %, що свідчить про зростання собівартості та зменшення прибутковості кожної гривні виручки. Найбільш показовим є падіння рентабельності капіталу: з 3,8 % у 2022 році до лише 0,42 % у 2024 році. Відбулося істотне зниження ефективності використання загального капіталу підприємства.

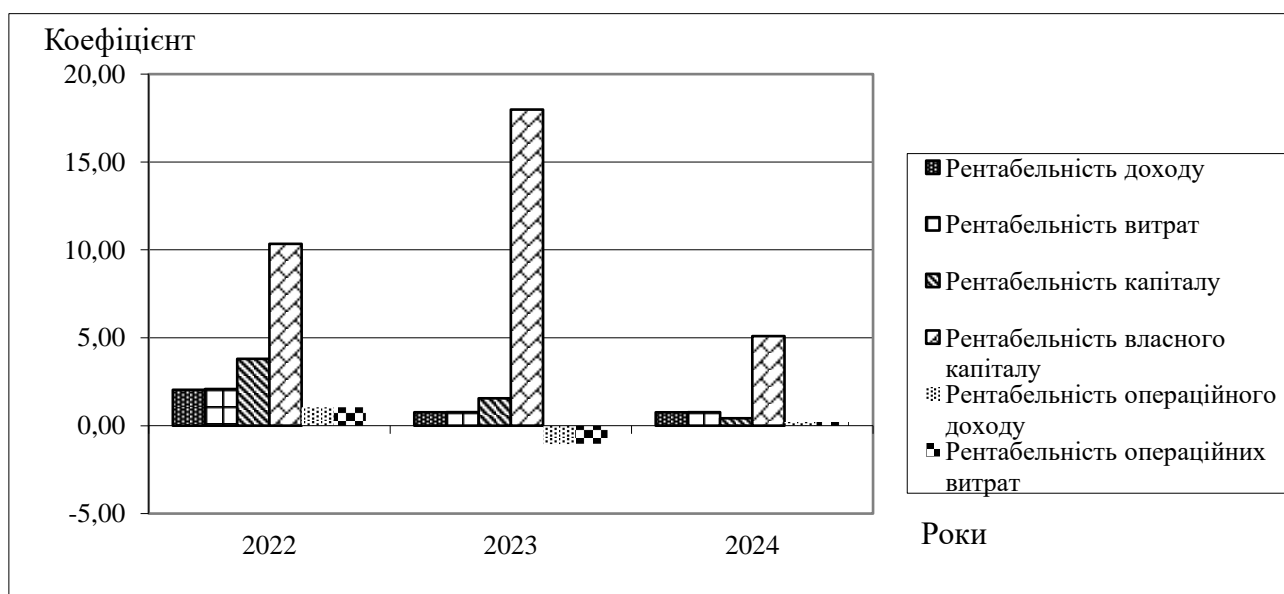


Рисунок 2.6 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «КОМІСАВТО» у 2022–2024 роках

Рентабельність власного капіталу демонструє нерівномірну динаміку: у 2023 році вона тимчасово зросла завдяки різкому скороченню власного капіталу, однак у 2024 році знизилася до 5,09 %, що свідчить про недостатність прибутку для компенсації навіть мінімального рівня вкладених власниками ресурсів.

Таким чином, результати аналізу вказують на критичне звуження операційної діяльності, падіння прибутковості та рентабельності, а також на погіршення фінансової стійкості ТОВ «КОМІСАВТО». Для стабілізації ситуації підприємству необхідно розширити джерела доходів, оптимізувати витрати, відновити обсяги реалізації та забезпечити більш ефективне використання капіталу.

Висновки до другого розділу

На підставі проведеного аналізу техніко-економічних показників, використання основних виробничих фондів, структури витрат, прибутковості та рентабельності діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки можна сформулювати узагальнений висновок щодо фінансово-економічного стану та ефективності функціонування підприємства в досліджуваному періоді.

У результаті аналізу встановлено, що діяльність підприємства характеризується різко негативною динамікою обсягів доходів. Загальна сума доходів у 2024 році скоротилася більш ніж у п'ять разів порівняно з 2022 роком, що свідчить про істотне звуження масштабів господарської діяльності та втрату ринкових позицій. Незважаючи на незначне зростання середньооблікової чисельності працівників у 2024 році, дохід у розрахунку на одного працівника суттєво зменшився, що вказує на різке падіння продуктивності праці та неефективне використання трудових ресурсів.

Аналіз використання основних виробничих фондів показав стійку тенденцію до зменшення їх середньорічної вартості, вартості устаткування, фондоозброєності та технічної озброєності праці. Це негативно позначилося на показниках фондівіддачі, яка у 2024 році знизилася до критично низького рівня, та призвело до зростання фондомісткості. Такі зміни свідчать про скорочення

виробничого потенціалу підприємства та зниження ефективності використання наявних матеріально-технічних ресурсів.

Дослідження витрат на 1 гривню доходів підтвердило збереження високого рівня витратомісткості, що упродовж аналізованого періоду наближалася до одиниці. Це означає, що практично весь дохід підприємства спрямовується на покриття витрат, залишаючи мінімальні можливості для формування прибутку. Аналіз структури витрат засвідчив істотні структурні зрушення: частка собівартості реалізованої продукції значно зменшилася, тоді як частка інших операційних витрат суттєво зросла, що негативно впливає на керованість витрат та фінансові результати діяльності.

Оцінка прибутковості та рентабельності показала стійку тенденцію до зниження абсолютних і відносних показників ефективності. Чистий прибуток у 2024 році є незначним, а рівень рентабельності доходу, витрат і капіталу залишається на низькому рівні, що свідчить про вкрай обмежену фінансову віддачу від здійснюваної діяльності. Негативна динаміка операційного прибутку в окремі роки додатково підтверджує наявність системних проблем у формуванні доходів та управлінні витратами.

Узагальнюючи результати аналізу, можна зробити висновок, що фінансово-економічний стан ТОВ «КОМІСАВТО» у 2022–2024 роках характеризується суттєвим скороченням обсягів діяльності, зниженням ефективності використання трудових і виробничих ресурсів та погіршенням показників прибутковості. Виявлені тенденції обґрунтовують необхідність розроблення та впровадження комплексу управлінських заходів, спрямованих на стабілізацію доходів, оптимізацію витрат, підвищення продуктивності праці та ефективності використання основних фондів, що має стати підґрунтям для відновлення фінансової стійкості та подальшого розвитку підприємства.

3 НАПРЯМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КОМІСАВТО»

3.1 Впровадження системного автомобільного контент-маркетингу як інструменту формування попиту

Аналіз динаміки основних техніко-економічних показників ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки свідчить про суттєве погіршення результатів комерційної діяльності підприємства. Зокрема, обсяг доходів скоротився з 31075,7 тис. грн у 2022 році до 5 263,2 тис. грн у 2024 році, що відповідає падінню майже у шість разів. Аналогічна негативна тенденція простежується щодо чистого фінансового результату, який зменшився з 634,0 тис. грн до 40,0 тис. грн, а рентабельність доходу стабілізувалася на критично низькому рівні 0,76 %.

Водночас чисельність персоналу не зазнала істотного скорочення, а фонд оплати праці та середньорічна заробітна плата одного працівника мають стійку тенденцію до зростання. Це призвело до різкого зниження показника доходу на одного працівника – з 6 375,4 тис. грн у 2022 році до 751,9 тис. грн у 2024 році, що є індикатором зниження продуктивності праці та неефективного використання трудового потенціалу.

За таких умов ключовою проблемою підприємства виступає недостатній рівень сформованого попиту, що не компенсується навіть за рахунок зменшення витрат. Традиційні методи стимулювання збуту в умовах високої конкуренції на ринку вживаних автомобілів втрачають ефективність, оскільки споживач дедалі більше орієнтується не на ціновий фактор, а на рівень довіри, прозорість інформації та експертність продавця.

Саме тому впровадження системного автомобільного контент-маркетингу є економічно доцільним і стратегічно обґрунтованим заходом. З наукової точки зору, контент-маркетинг дозволяє зменшити інформаційну асиметрію між продавцем і покупцем, що особливо актуально для ринку вживаних автомобілів, де ризики сприймаються як ключовий стримувальний чинник купівлі. Для ТОВ

«КОМІСАВТО» це створює передумови відновлення попиту без пропорційного зростання витрат, що є критично важливим за умов низької рентабельності та обмежених фінансових ресурсів.

Запропонований захід передбачає формування системного автомобільного контент-маркетингу, інтегрованого у загальну комерційну діяльність підприємства (рисунок 3.1). Його основною метою є трансформація офіційного сайту ТОВ «КОМІСАВТО» з інформаційного каталогу в активний інструмент залучення та конверсії потенційних покупців.

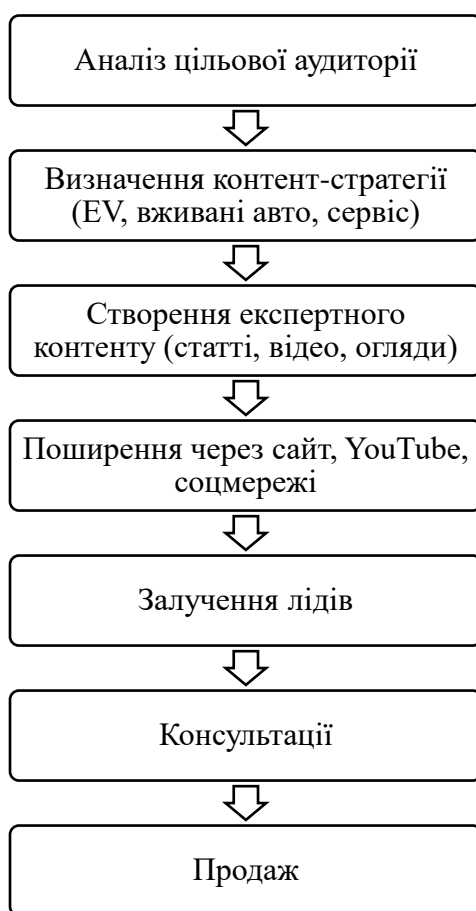


Рисунок 3.1 – Логічна схема реалізації системного контент-маркетингу

Ключовим інструментом реалізації заходу є створення регулярного експертного контенту, орієнтованого на реальні інформаційні запити цільової аудиторії. До такого контенту належать аналітичні матеріали щодо вибору вживаного автомобіля, пояснення технічних характеристик, ризиків

експлуатації, переваг гібридних та електричних моделей, а також юридичних аспектів купівлі. Важливу роль відіграють відеоогляди автомобілів з фактичного асортименту підприємства, що підвищує рівень прозорості та довіри до продавця.

Додатковим інструментом є оптимізація контенту під пошукові запити з високим комерційним наміром, що дозволяє забезпечити стабільний приплив органічного трафіку без постійного збільшення рекламного бюджету. Контент використовується також у соціальних мережах та як база для подальших рекламних кампаній, створюючи єдину комунікаційну екосистему підприємства.

Для оцінки економічної доцільності заходу використаємо базові показники діяльності підприємства за 2024 рік. За умови річного доходу 5263,2 тис. грн середньомісячний дохід становить близько 438,6 тис. грн. З урахуванням специфіки ринку вживаних автомобілів середня кількість угод оцінюється на рівні 20–22 на місяць.

Впровадження системного контент-маркетингу, за даними емпіричних досліджень у сфері цифрової комерції, дозволяє збільшити відвідуваність сайту в середньому на 25–35 % протягом першого року та підвищити коефіцієнт конверсії з 1,5–2,0 % до 2,5–3,0 %. Для ТОВ «КОМІСАВТО» це означає зростання кількості потенційних клієнтів щонайменше на 30 %.

За умови збереження середнього прибутку з однієї угоди на рівні 18–20 тис. грн додаткові 6–8 угод на місяць забезпечують приріст прибутку в межах 108–160 тис. грн. Витрати на створення та підтримку контенту (оплата праці, відеозйомка, технічне забезпечення) оцінюються в 25–30 тис. грн на місяць. Таким чином, чистий додатковий ефект становить не менше 80–120 тис. грн щомісячно, що забезпечує окупність заходу протягом першого кварталу впровадження.

Економічні ефекти від впровадження системного автомобільного контент-маркетингу мають комплексний характер. По-перше, забезпечується зростання доходів підприємства без пропорційного збільшення витрат, що сприяє підвищенню рентабельності комерційної діяльності. По-друге, зростає

продуктивність праці, що проявляється у збільшенні доходу на одного працівника за рахунок підвищення ефективності залучення клієнтів.

По-третє, формується нематеріальний актив у вигляді довіри до бренду, який знижує цінову чутливість покупців і підвищує лояльність клієнтів. У довгостроковій перспективі це створює умови для стабілізації фінансового стану підприємства, зростання фондівіддачі та переходу від екстенсивної до інтенсивної моделі розвитку комерційної діяльності.

Узагальнюючи, впровадження системного автомобільного контент-маркетингу для ТОВ «КОМІСАВТО» є не лише маркетинговим, а насамперед економічно обґрунтованим управлінським рішенням, спрямованим на відновлення попиту, підвищення результативності діяльності та забезпечення стійкого розвитку підприємства.

3.2 Оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів

Результати аналізу техніко-економічних показників діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» у 2022–2024 роках свідчать про системне зниження ефективності комерційної діяльності. Зокрема, обсяг доходів підприємства зменшився з 31075,7 тис. грн у 2022 році до 5 263,2 тис. грн у 2024 році, тобто майже на 83 %. Одночасно показник доходу на одного працівника скоротився з 6375,4 тис. грн до 751,9 тис. грн, що вказує на різке падіння результативності використання трудових ресурсів.

Незважаючи на істотне скорочення обсягів реалізації, витратомісткість доходів залишається практично незмінною (0,98–0,99 грн витрат на 1 грн доходу), а рівень рентабельності стабілізувався на критично низькому рівні 0,76 %. Це означає, що підприємство вичерпало потенціал екстенсивного скорочення витрат і потребує інструментів інтенсивного відновлення попиту.

За умов функціонування на висококонкурентному ринку вживаних автомобілів ключовим каналом формування первинного попиту виступає цифрове середовище. Аналіз структури сайту komis.com.ua свідчить, що він виконує переважно інформативну функцію, однак не повною мірою використовує потенціал органічного пошукового трафіку, зокрема за рахунок вузькоспеціалізованих та локалізованих пошукових запитів. З наукової точки зору, така ситуація призводить до втрати споживачів із високим наміром купівлі, які здійснюють пошук конкретних моделей автомобілів у межах визначеної території.

Оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів є економічно доцільною саме для підприємств з обмеженим маркетинговим бюджетом, оскільки дозволяє залучати цільову аудиторію без постійних витрат на платну рекламу. Для ТОВ «КОМІСАВТО» цей захід створює передумови стабільного зростання попиту, підвищення конверсії сайту та збільшення доходів без пропорційного зростання витрат, що є критично важливим за умов низької рентабельності діяльності.

Запропонований захід передбачає комплексну оптимізацію SEO-стратегії підприємства з фокусом на довгі локалізовані ключові слова (long-tail local keywords), що відображають конкретний комерційний намір потенційного покупця (рисунок 3.2). Реалізація заходу розпочинається з формування семантичного ядра, орієнтованого не на загальні запити типу «вживані автомобілі», а на конкретизовані комбінації, які включають марку, модель, тип двигуна та географічну прив'язку.

Для дослідження та відбору ключових слів доцільно використовувати професійні аналітичні інструменти, зокрема Ahrefs, Semrush та Google Keyword Planner. Застосування цих інструментів дозволяє оцінити пошуковий попит, рівень конкуренції та комерційний потенціал кожного запиту.

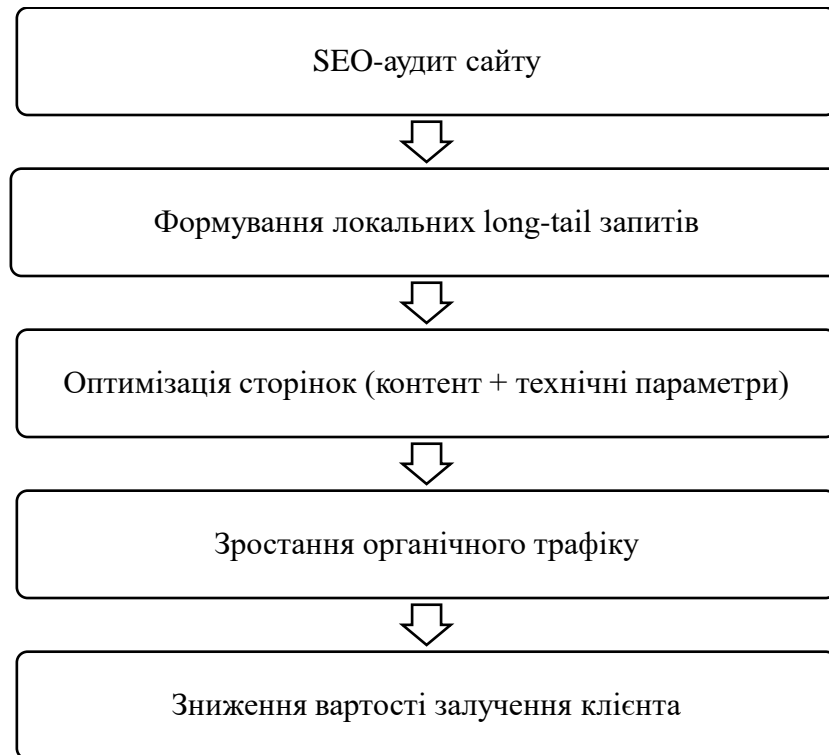


Рисунок 3.2 – Модель SEO-оптимізації з використанням long-tail ключів

Наступним етапом є оптимізація структури сайту komis.com.ua шляхом створення окремих посадкових сторінок під пріоритетні групи ключових слів, а також оновлення метаданих, заголовків і текстового наповнення існуючих сторінок. Важливим інструментом виступає локальна SEO-оптимізація, що передбачає коректне налаштування регіональних сигналів, зокрема адресних даних, локальних описів та внутрішніх посилань.

Змістовне наповнення сторінок повинно поєднувати SEO-вимоги з експертним контентом, орієнтованим на зниження інформаційної невизначеності для покупця. Це підвищує релевантність сайту для пошукових систем і водночас сприяє зростанню довіри з боку споживачів.

Для оцінки економічної ефективності SEO-оптимізації використаємо показники діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» за 2024 рік. Середньомісячний дохід підприємства становить близько 438,6 тис. грн. За умови, що органічний пошуковий трафік формує приблизно 30 % звернень, кількість потенційних клієнтів є обмеженою.

Практика цифрового маркетингу свідчить, що впровадження long-tail SEO дозволяє збільшити органічний трафік на 35–45 % протягом 6–9 місяців. За консервативного сценарію приймемо приріст трафіку на рівні 40 %, що забезпечує додатково близько 120–150 відвідувачів сайту на місяць із високим комерційним наміром. За середнього коефіцієнта конверсії 2,5 % це дає 3–4 додаткові угоди щомісяця.

Середній прибуток з однієї реалізації вживаного автомобіля, за даними фінансової звітності, оцінюється в 18–20 тис. грн. Відтак додатковий місячний прибуток становить 54–80 тис. грн. Витрати на SEO-оптимізацію, включаючи аналітику, контент та технічні роботи, оцінюються на рівні 15–20 тис. грн на місяць. Таким чином, чистий додатковий ефект складає 35–60 тис. грн, а строк окупності заходу не перевищує 4–5 місяців.

Економічні ефекти від оптимізації SEO-стратегії мають як прямий, так і опосередкований характер. Безпосереднім результатом є зростання доходів підприємства за рахунок збільшення кількості угод без відповідного зростання витрат, що позитивно впливає на показники рентабельності. Підвищення ефективності залучення клієнтів сприяє зростанню доходу на одного працівника та більш раціональному використанню трудових ресурсів.

Опосередковані ефекти проявляються у формуванні стійкого каналу органічного попиту, зниженні залежності від платної реклами та підвищенні конкурентоспроможності підприємства в локальному сегменті ринку. У довгостроковій перспективі це створює умови для стабілізації фінансового результату, підвищення фондівіддачі та переходу ТОВ «КОМІСАВТО» до інтенсивної моделі розвитку комерційної діяльності.

Таким чином, оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів є науково обґрунтованим і економічно доцільним заходом, здатним забезпечити відновлення попиту та підвищення результативності комерційної діяльності підприємства за умов обмежених ресурсів.

3.3 Розвиток напрямку продажу та обслуговування вживаних електромобілів як стратегічного напрямку комерційної діяльності

Аналіз динаміки основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» у 2022–2024 роках свідчить про суттєве погіршення результатів комерційної діяльності. За досліджуваний період обсяг доходів скоротився з 31075,7 тис. грн до 5263,2 тис. грн, тобто більш ніж у шість разів. Падіння доходу супроводжується зниженням продуктивності праці: дохід на одного працівника у 2024 році становить лише 751,9 тис. грн проти 6375,4 тис. грн у 2022 році. Водночас витратомісткість доходів залишається майже незмінною (0,98–0,99 грн), а рентабельність доходу стабілізувалася на мінімальному рівні 0,76 %, що свідчить про критичне звуження фінансового маневру підприємства.

За таких умов стратегічно доцільним є не стільки подальше скорочення витрат, потенціал якого практично вичерпаний, скільки переорієнтація комерційної діяльності на сегменти з вищим потенціалом попиту та маржинальності. Одним із таких сегментів є ринок вживаних електромобілів, який демонструє стабільну тенденцію до зростання як у країнах ЄС, так і в Україні, зокрема завдяки податковим стимулам, зниженню експлуатаційних витрат та підвищенню екологічної свідомості споживачів.

Для ТОВ «КОМІСАВТО», яке спеціалізується на реалізації вживаних автомобілів і вже має сформовану матеріально-технічну базу та клієнтську аудиторію, розвиток напрямку електромобілів є логічним етапом стратегічної диверсифікації. З позицій теорії стратегічного менеджменту та комерційної діяльності, такий підхід дозволяє знизити ризики, пов'язані зі спадом попиту на традиційні автомобілі з ДВЗ, і водночас створити нове джерело доходів з вищою доданою вартістю.

Крім того, розвиток напрямку продажу та сервісного супроводу електромобілів відповідає концепції інтенсивного зростання, оскільки

ґрунтується на поглибленні спеціалізації, підвищенні експертності персоналу та формуванні унікальної торговельної пропозиції на локальному ринку.

Запропонований захід передбачає поетапне формування на підприємстві окремого напрямку комерційної діяльності, орієнтованого на продаж і обслуговування вживаних електромобілів. Реалізація заходу розпочинається з структурної сегментації асортименту, що передбачає виділення електромобілів у самостійний продуктовий портфель із відповідним позиціонуванням на сайті komis.com.ua та в офлайн-просторі підприємства (рисунок 3.3).



Рисунок 3.3 – Схема розвитку напрямку продажу вживаних електромобілів

Ключовим інструментом є формування спеціалізованої пропозиції, яка охоплює не лише продаж автомобіля, а й комплекс супровідних послуг: попередню діагностику стану тягової батареї, консультації щодо експлуатації, підбір зарядної інфраструктури, а також післяпродажний сервіс. Це дозволяє трансформувати стандартну торговельну операцію у комплексну сервісну модель, що підвищує споживчу цінність пропозиції.

Другим інструментом виступає підготовка персоналу. Частина працівників проходить спеціалізоване навчання з технічних та експлуатаційних особливостей електромобілів, що підвищує рівень професійної компетентності та знижує інформаційну асиметрію між продавцем і покупцем. Такий підхід відповідає концепції знаннєво орієнтованої комерційної діяльності.

Важливу роль відіграє цифровий маркетинг: створення тематичних розділів на сайті, експертних оглядів моделей, калькуляторів економії витрат на паливі та обслуговуванні. Це формує довіру до підприємства як до спеціалізованого продавця електромобілів і сприяє залученню цільової аудиторії з високим наміром купівлі.

Для оцінки ефективності розвитку напряму вживаних електромобілів використаємо показники діяльності ТОВ «КОМІСАВТО» за 2024 рік. За умови середньорічного доходу 5263,2 тис. грн середньомісячний обсяг реалізації становить близько 438,6 тис. грн. Припустимо, що у структурі продажів підприємство реалізує в середньому 2–3 автомобілі на місяць із середньою маржою 15–18 тис. грн на одиницю.

Впровадження спеціалізованого напряму електромобілів дозволяє реалізовувати додатково щонайменше 1 електромобіль на місяць зі зростанням маржі до 25–30 тис. грн за рахунок вищої доданої вартості та сервісної складової. Таким чином, річний додатковий прибуток становитиме 300–360 тис. грн.

Разові витрати на запуск напряму включають навчання персоналу (60–80 тис. грн), маркетингове доопрацювання сайту (30–40 тис. грн) та базове обладнання для діагностики електромобілів (70–90 тис. грн). Загальні інвестиції оцінюються на рівні 170–210 тис. грн. За таких умов строк окупності заходу становить 7–9 місяців, що відповідає критеріям інвестиційної доцільності для малого торговельного підприємства.

Економічні ефекти від впровадження зазначеного заходу мають системний характер. Безпосереднім результатом є зростання доходів і чистого фінансового результату підприємства за рахунок підвищення середньої маржинальності

продажів. Це створює передумови для поступового підвищення рентабельності доходу та витрат, які у 2024 році перебувають на критично низькому рівні.

Опосередковані ефекти проявляються у зростанні продуктивності праці, оскільки продаж електромобілів із вищою доданою вартістю забезпечує збільшення доходу на одного працівника без пропорційного зростання чисельності персоналу. Крім того, розвиток нового напрямку сприяє підвищенню фондоддачі за рахунок більш ефективного використання наявних основних фондів.

У стратегічній перспективі формування експертного напрямку з продажу та обслуговування вживаних електромобілів підвищує конкурентоспроможність ТОВ «КОМІСАВТО», зміцнює його ринкову репутацію та створює основу для переходу від адаптивної до проактивної моделі комерційної діяльності. Це дозволяє підприємству не лише стабілізувати фінансові показники, а й забезпечити стійке зростання в умовах трансформації автомобільного ринку.

Ефективність запропонованих заходів узагальнено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Рекомендовані заходи щодо напрямів удосконалення комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО»

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний (розрахунковий) результат
1	2	3	4
1	Впровадження системного автомобільного контент-маркетингу	Створення експертного текстового та відеоконтенту про вибір, перевірку та експлуатацію вживаних автомобілів; регулярне оновлення сайту та соціальних платформ	Зростання відвідуваності сайту на 25–30 %, підвищення конверсії звернень на 8–10 %, Чистий ефект заходу 80–120 тис. грн на місяць, підвищення рентабельності і продуктивності праці

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
2	Оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів	Впровадження SEO-оптимізованих сторінок під локальні запити з високим наміром купівлі, технічна оптимізація сайту	Збільшення органічного трафік на 40 % (+120–150 відвідувачів/міс.), забезпечує 3–4 додаткові угоди та чистий прибуток 35–60 тис. грн щомісяця з окупністю 4–5 місяців.
3	Розвиток напряму продажу та обслуговування вживаних електромобілів	Формування спеціалізованої пропозиції EV, організація діагностики батарей, сервісного супроводу та консультацій	Дозволяє продавати щонайменше 1 авто на місяць із маржею 25–30 тис. грн та формує додатковий річний прибуток 300–360 тис. грн при зростанні продуктивності праці.

Запропоновані заходи формують єдину систему удосконалення комерційної діяльності, де контент-маркетинг створює довіру, SEO забезпечує стабільний цільовий потік клієнтів, а розвиток EV-сегмента підвищує стратегічну та фінансову результативність діяльності ТОВ «КОМІСАВТО». За умови комплексної реалізації підприємство отримує не разовий ефект, а стійке зростання комерційної ефективності.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі роботи обґрунтовано та систематизовано напрями удосконалення комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО», сформовані з урахуванням результатів аналізу фінансово-економічного стану підприємства, динаміки доходів, рівня рентабельності та сучасних тенденцій розвитку автомобільного ринку. Проведене дослідження підтвердило, що зниження обсягів доходів і прибутковості у 2022–2024 роках зумовлює необхідність

переходу від фрагментарних комерційних рішень до системних інструментів формування попиту, залучення клієнтів і диверсифікації джерел доходу.

Доведено доцільність впровадження системного автомобільного контент-маркетингу як інструменту активного впливу на попит. Обґрунтовано, що створення експертного, інформаційно корисного та візуально привабливого контенту дозволяє знизити рівень недовіри з боку потенційних покупців, підвищити впізнаваність бренду підприємства та сформувати стабільний потік цільових звернень. Реалізація цього заходу забезпечує зростання конверсії відвідувачів сайту у ліди, а також поступове зниження вартості залучення клієнта за рахунок накопичувального ефекту контенту.

Визначено, що оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів є економічно обґрунтованим напрямом удосконалення комерційної діяльності в умовах обмежених фінансових ресурсів. Орієнтація на запити з високим наміром купівлі дозволяє залучати більш якісний органічний трафік і підвищувати ймовірність здійснення продажу без пропорційного зростання маркетингових витрат. У результаті реалізації цього заходу очікується стабілізація доходів, зростання частки органічних продажів і підвищення рентабельності комерційної діяльності.

Обґрунтовано стратегічну доцільність розвитку напряму продажу та обслуговування вживаних електромобілів. Встановлено, що зростання попиту на електротранспорт, наявність податкових і експлуатаційних переваг для споживачів, а також відносно низький рівень конкуренції у цьому сегменті створюють сприятливі умови для диверсифікації комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО». Реалізація цього напряму дозволяє підприємству підвищити середній чек, сформувати додаткові доходи від сервісного обслуговування та зміцнити ринкові позиції у перспективному сегменті автомобільного ринку.

Загалом запропоновані напрями удосконалення комерційної діяльності є взаємодоповнюючими та формують комплексну модель зростання доходів, підвищення ефективності використання ресурсів і фінансової стійкості ТОВ «КОМІСАВТО» у середньостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

У ході виконання наукової роботи було комплексно досліджено теоретичні, аналітичні та прикладні аспекти удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства на прикладі ТОВ «КОМІСАВТО», що дозволило сформулювати цілісне бачення проблематики, закономірностей та перспектив підвищення ефективності комерційних процесів у сучасних умовах розвитку ринку.

У першому розділі роботи закладено науково-теоретичну основу дослідження шляхом узагальнення підходів до визначення сутності комерційної діяльності, її етапів та ключових характеристик. Встановлено, що комерційна діяльність є багатовимірною системою економічних, організаційних і управлінських рішень, спрямованих на досягнення прибутковості підприємства в умовах ризику та ринкової невизначеності. Обґрунтовано поетапний характер її провадження, що забезпечує логічність і системність управління рухом товарів, фінансовими потоками та відносинами з контрагентами. Особливу увагу приділено виявленню резервів удосконалення комерційної діяльності, які формуються у сфері асортиментної політики, закупівель, логістики, маркетингу, продажів і цифровізації бізнес-процесів. Доведено, що ефективне використання внутрішніх резервів є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства без суттєвого зростання інвестиційного навантаження.

У другому розділі проведено ґрунтовний аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «КОМІСАВТО» за 2022–2024 роки. Результати аналізу засвідчили наявність негативних тенденцій у діяльності підприємства, зокрема різке скорочення обсягів доходів, зниження продуктивності праці, погіршення показників використання основних фондів та зменшення рівня прибутковості й рентабельності. Високий рівень витратомісткості та незначний чистий прибуток свідчать про обмеженість фінансових можливостей підприємства та необхідність перегляду підходів до організації комерційної діяльності. Виявлені проблеми

підтвердили актуальність розроблення цілеспрямованих управлінських рішень, орієнтованих на активізацію попиту, підвищення ефективності використання ресурсів і стабілізацію фінансових результатів.

У третьому розділі роботи на основі результатів попередніх досліджень обґрунтовано та запропоновано комплекс практичних заходів щодо удосконалення комерційної діяльності ТОВ «КОМІСАВТО». Доведено доцільність впровадження системного автомобільного контент-маркетингу як інструменту формування довіри споживачів, зростання впізнаваності бренду та стимулювання попиту. Визначено, що оптимізація SEO-стратегії на основі довгих локалізованих ключових слів дозволяє підвищити якість залученого трафіку, знизити вартість залучення клієнтів і забезпечити більш стабільні доходи в умовах обмежених маркетингових бюджетів. Обґрунтовано стратегічну перспективність розвитку напряму продажу та обслуговування вживаних електромобілів, що відповідає сучасним ринковим тенденціям, дозволяє диверсифікувати комерційну діяльність та сформувати додаткові джерела доходів.

Загалом результати дослідження свідчать, що удосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства має носити системний і комплексний характер, поєднуючи інструменти маркетингу, цифровізації, управління асортиментом та стратегічного розвитку. Запропоновані заходи є взаємопов'язаними та спрямованими на подолання виявлених проблем у діяльності ТОВ «КОМІСАВТО», зокрема на стабілізацію доходів, підвищення ефективності використання трудових і матеріальних ресурсів, а також зростання фінансової стійкості підприємства у середньостроковій перспективі. Отримані наукові та практичні результати можуть бути використані в управлінській діяльності торговельних підприємств, а також слугувати основою для подальших досліджень у сфері вдосконалення комерційної діяльності в умовах трансформації ринкового середовища.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Балабан П. Ю., Овсієнко А. М. Малий бізнес у сфері торгівлі: практико-орієнтована методика оцінки ефективності діяльності підприємств. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2022. № 1. С. 7–14.
2. Біляк Т. О. Система управління комерційними процесами торговельного підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2020. № 5(2). С. 10–15.
3. Бойко В. О. Оптові ринки сільськогосподарської продукції як перспективний напрям розвитку підприємництва. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2020. Вип. 1. С. 78–87.
4. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія. Київ : ЦУЛ, 2004. 807 с.
5. Виробничий менеджмент : підручник / за ред. М. П. Бутка. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 422 с.
6. Вороніна А. В. Менеджмент : навч. посібник. Кам'янське : ДДТУ, 2019. 356 с.
7. Гарнага О. М. Інформаційні системи в комерційній діяльності та критерії оцінки їх ефективності. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2020. Вип. 3. С. 47–56.
8. Гончар О. І., Кусік В. В. Шляхи вдосконалення комерційної діяльності торговельного підприємства. У кн.: Підприємництво та стратегічні напрями розвитку бізнес-процесів в умовах глобальних викликів : зб. матеріалів V Міжнар. екон. форуму (м. Хмельницький, 4–5 груд. 2025 р.). Хмельницький, 2025.
9. Городецька Т. Б., Іващенко А. Г. Напрями підвищення комерційної ефективності торговельного підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 12. С. 122–126.

10. Грінченко Р. В., Лукінов С. С. Теоретичне підґрунтя розвитку підприємницької діяльності у сфері торгівлі України. Галицький економічний вісник. 2024. № 1. С. 160–170.
11. Грінько Т. В. Сучасні технології управління розвитком підприємств України : колективна монографія. Дніпро : Біла К.О., 2016. 504 с.
12. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 368 с.
13. Євтушевська О. В. Комерціалізація результатів господарської діяльності в різних видах торгівлі. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 3. С. 45–48.
14. Загреба М. М., Ніколаєв І. В. Використання платформ онлайн-оголошень у комерційній діяльності малого бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. № 10. С. 248–254.
15. Каличева Н. Є., Зеленцова Н. І. Комерційна діяльність в умовах цифровізації: виклики та перспективи. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. № 81–82. С. 164–170.
16. Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Організація збутової діяльності торговельного підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2021. № 1. С. 56–65.
17. Клепікова О. А., Данильчук Ю. О., Заграй Т. М. Інформаційно-аналітичні технології в управлінні торговельним підприємством. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Економічна. 2021. Вип. 101. С. 113–123.
18. Ковальчук К. Ф. Стратегічне управління : навч. посібник. Дніпро : Дріант, 2018. 272 с.
19. Мальська М. П., Білоус С. П. Менеджмент організацій: теорія та практика : навч. посібник. Київ : SBA-Print, 2020. 190 с.
20. Маркуц В. І., Кизенко О. О. Вплив конвергенції ІКТ та управлінських технологій на діяльність підприємств торгівлі. Стратегія економічного розвитку України. 2023. Вип. 53. С. 122–135.

21. Маслова В. О., Ралько Я. О. Особливості розробки стратегії комерційної діяльності підприємств оптової торгівлі. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 67. С. 39–45.

22. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : підручник. Київ : Хрещатик, 2020. 797 с.

23. Менеджмент : підручник / за ред. Т. П. Остапчук. Житомир : Рута, 2021. 856 с.

24. Місюкевич В. І., Трушкіна Н. В., Шкригун Ю. О. Управління клієнтським досвідом як пріоритетний напрям діяльності торговельних підприємств. Вісник економічної науки України. 2023. № 1. С. 93–105.

25. Насікан Н. І., Лошенко О. В., Сухомлин Л. В. Комерційна діяльність та управління бізнес-процесами в умовах нестабільності. Економіка та держава. 2022. № 7. С. 46–51.

26. Носач І. В., Водолазька Н. В. Аналіз сучасних проблем і перспектив розвитку підприємств в Україні. Бізнес Інформ. 2021. № 10. С. 247–252.

27. Овсієнко А. М., Балабан П. Ю., Балабан М. П. та ін. Методичні аспекти оцінки ефективності діяльності підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі. Науковий вісник ПУЕТ. 2023. № 4. С. 43–49.

28. Олійник Л. В. Електронна комерція як новий формат підприємницької діяльності. Modern economics. 2020. № 20. С. 175–180.

29. Приймак Н. С. Управління стратегічними змінами в системі менеджменту підприємств : монографія. Кривий Ріг, 2019. 353 с.

30. Сатир Л. М., Кепко В. М., Стаднік Л. І. Стратегічний аналіз інноваційних інструментів комерційної діяльності. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2020. № 12(2). С. 77–85.

31. Сатир Л. М., Кепко В. М., Непочатенко А. В. Організація підприємницької діяльності торговельного підприємства. Держава та регіони. 2020. № 4. С. 94–99.

32. Семененко О. Г., Доскоч А. Ю. Комерційна діяльність підприємства: система аналізу та оцінки. Економічний вісник університету. 2022. Вип. 55. С. 105–118.

33. Сотник А. А. Експрес-діагностика ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств. Економічний простір. 2021. № 176. С. 89–94.

34. Стояненко І. В. Теоретико-методичні засади оцінювання результативності діяльності підприємства торгівлі. Ефективна економіка. 2024. № 2.

35. Хаврова К. С. Побудова моделі управління торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності. Торговля і ринок України. 2020. № 1. С. 17–25.

36. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент : підручник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Код		
ТОВ "КОМІСАВТО"	за СДРПОУ	2023	01	01
Територія ХМЕЛЬНИЦЬКА	за КАТОРТГ ¹	43356282		
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	UA68040270010096613		
Вид економічної діяльності Торгівля автомобілями та легковими автотранспортними засобами	за КВЕД	240		
Середня кількість працівників, осіб 6		45.11		
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон 29013, ХМЕЛЬНИЦЬКА, ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ, вулиця Гагаріна, 5, оф. 230				

I. Баланс на 31 грудня 2022 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	9,5	7,3
Первісна вартість	1001	15,2	15,2
Накопичена амортизація	1002	(5,7)	(7,9)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	32,7	214,2
Основні засоби:	1010	1 455,7	1 541,9
первісна вартість	1011	1 610,8	1 963,0
знос	1012	(155,1)	(421,1)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1 497,9	1 763,4
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	9 980,5	8 575,0
у тому числі готова продукція	1103	9 980,5	8 575,0
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебиторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 125,0	1 325,0
Дебиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	809,0	928,4
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебиторська заборгованість	1155	196,2	828,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гривні та їх еквіваленти	1165	3 258,0	3 258,0
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	16 368,7	14 914,5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	17 866,6	16 677,9

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	3 360,0	3 360,0
Додатковий капітал	1410	1 500,0	1 500,0
Резервний капітал	1415	-	-
Перезподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	635,7	1 269,7
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	5 495,7	6 129,7
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	4 742,0	3 761,5
розрахунками з бюджетом	1620	101,7	87,4
у тому числі з податку на прибуток	1621	25,4	24,5
розрахунками зі страхування	1625	30,4	12,4
розрахунками з оплати праці	1630	42,7	42,2
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	7 454,1	6 644,7
Усього за розділом III	1695	12 370,9	10 548,2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	17 866,6	16 677,9

2. Звіт про фінансові результати

за Рік 2022 р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	29 996,6	25 811,1
Інші операційні доходи	2120	736,3	124,4
Інші доходи	2240	342,8	178,0
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	31 075,7	26 113,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(28 660,3)	(24 334,6)
Інші операційні витрати	2180	(1 752,0)	(1 432,0)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(30 412,3)	(25 766,6)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	663,4	346,9
Податок на прибуток	2300	(29,4)	(62,4)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	634,0	284,5

Керівник

(підпис)

ТРОЦЬ ІВАННА ВОЛОДИМИРІВНА

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

ТРОЦЬ ІВАННА ВОЛОДИМИРІВНА

(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до Національного положення
(стандарту) бухгалтерського обліку 25
«Спосібна фінансова звітність»
(пункт 4 розділу I)

Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ		
		Дата (рік, місяць, число)		
		2025	I	I
Підприємство	ТОВ "Комісавто"	за ЄДРПОУ		
Територія	Хмельницький	за КАТОТТГ ¹		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОІФГ		
Вид економічної діяльності	Торгівля автомобілями та легковими автотранспортними засобами	за КВЕД		
Середня кількість працівників, осіб	7			
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	29013, Хмельницька обл., місто Хмельницький, вулиця Гагаріна, будинок 5, офіс 230	0673845993		

1. Баланс на 31.12.2024 р.

		Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000	7.3	5.1	
первісна вартість	1001	15.2	15.2	
накопичена амортизація	1002	(7.9)	(10.1)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	214.2	327.3	
Основні засоби:	1010	541.9	681.8	
первісна вартість	1011	963	1498.2	
знос	1012	(421.1)	(816.4)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	763.4	1014.2	
II. Оборотні активи				
Запаси:	1100	2329.8	2013.2	
у тому числі готова продукція	1103	2256.1	1883.3	
Поточні біологічні активи	1110			
Дебиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	2687.2	1618.3	
Дебиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	709	936.3	
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебиторська заборгованість	1155	1828.1	1974.7	
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	292.7	1657.9	
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190		293.8	
Усього за розділом II	1195	7846.8	8494.2	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
Баланс	1300	8610.2	9508.4	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (паіновий) капітал	1400	360	360
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	385.2	425.2
Неоплачений капітал	1425	()	()
Усього за розділом I	1495	745.2	785.20
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595		
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	138.3	374.9
розрахунками з бюджетом	1620	27.4	28.5
у тому числі з податку на прибуток	1621	24.5	24.5
розрахунками зі страхування	1625	12.4	5.2
розрахунками з оплати праці	1630	42.2	44.9
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	7644.7	8245.2
Усього за розділом III	1695	7865	8723.2
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	8610.2	9508.40

2. Звіт про фінансові результати

за 2024 р.

Форма N 2-м

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3588.5	16996.6
Інші операційні доходи	2120	1633.8	236.3
Інші доходи	2240	40.9	342.8
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	5263.2	17575.7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2723.7)	(15660.3)
Інші операційні витрати	2180	(2487.6)	(1752)
Інші витрати	2270	(3.2)	()
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(5214.5)	(17412.3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	48.7	163.4
Податок на прибуток	2300	(8.7)	(29.4)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	40	134

Керівник

(підпис)

Троць Іванна Володимирівна

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Троць Іванна Володимирівна

(ініціали, прізвище)

¹ Класифікатор адміністративно-територіальної одиниці та територій територіальних громад