

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

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет економіки та менеджменту

(назва факультету)

Кафедра економіки та фінансів

(повна назва кафедри)

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

магістр

(назва освітнього ступеня)

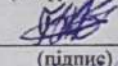
на тему: Оцінка впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства  
сфери послуг (на прикладі ПП «АМ Сервісенерго»)

Виконав: студент 6 курсу групи ППм-61

спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

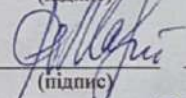
(шифр і назва спеціальності)

  
(підпис)

Білецька О.І.

(прізвище та ініціали)

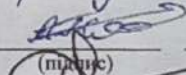
Керівник

  
(підпис)

Мариненко Н.Ю.

(прізвище та ініціали)

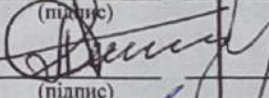
Нормоконтроль

  
(підпис)

Крупка А.Я.

(прізвище та ініціали)

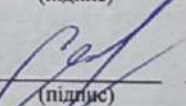
Завідувач кафедри

  
(підпис)

Панухник О.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

  
(підпис)

Шпилик С. В.

(прізвище та ініціали)

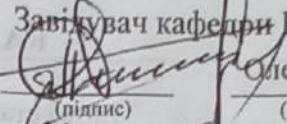
м. Тернопіль – 2023

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

Факультет Економіки та менеджменту  
(повна назва факультету)  
Кафедра Економіки та фінансів  
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ЕФ

  
(підпис) Олена ПАНУХНИК

(прізвище та ініціали)

«22» 09 2023 р.

### ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня магістр  
(назва освітнього ступеня)  
за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр і назва спеціальності)  
студенту Білецькій Олені Ігорівні  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Оцінка впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг (на прикладі ПП «АМ Сервісенерго»)

Керівник роботи Мариненко Наталія Юріївна, д.е.н., професор  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «21» вересня 2023 року № 4/7-918

2. Термін подання студентом завершеної роботи 18.12.2023 року

3. Вихідні дані до роботи фахові наукові публікації, статистична звітність, результати самостійних авторських досліджень, матеріали галузевих Інтернет-сайтів, статична звітність ПП «АМ Сервісенерго»

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

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО»)

РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО» У ПЕРСПЕКТИВНОМУ ПЕРІОДІ

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

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

Таблиця 1.1 Підходи до визначення дефініції «кон'юнктура ринку»

Рисунок 1.1 Підходи щодо визначення сутності «кон'юнктура ринку»

Рисунок 1.2 Рівні дослідження кон'юнктури ринку

Таблиця 1.2 Характеристика основних рис кон'юнктури споживчого ринку

Рисунок 1.3 Основні завдання реалізації дослідження кон'юнктури ринку та інші

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта
Охорона праці	Радинський С.В., к.е.н., доцент
Безпека в надзвичайних ситуаціях	Стручок В.С., старший викладач кафедри ОХ
7. Дата видачі завдання	«20» листопада 2023 року

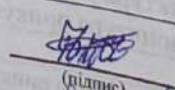
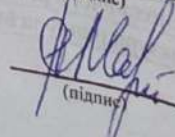
завдання  


### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи
1	ВСТУП	20.11.2023 26.11.2023
2	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	20.11.2023 26.11.2023
3	1.1. Поняття, характерні риси та основні рівні дослідження ринкової кон'юнктури	
4	1.2. Основні чинники, що впливають на зміну та динаміку кон'юнктури споживчого ринку	
5	1.3. Методичний інструментарій дослідження кон'юнктури споживчого ринку	
6	РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО»)	27.11.2023 03.12.2023
7	2.1. Організаційно-економічна характеристика ПП «АМ Сервісенерго»	
8	2.2. Дослідження основних бізнес-процесів та кон'юнктури ринку функціонування підприємства сфери послуг	
9	2.3. Оцінка ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго»	
10	РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПП АМ «СЕРВІСЕНЕРГО» У ПЕРСПЕКТИВНОМУ ПЕРІОДІ	04.12.2023 10.12.2023
11	3.1. Реалізація бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності	
12	3.2. Механізми забезпечення зростання конкурентних переваг підприємства на локальному ринку	
13	3.3. Обґрунтування інвестиційного проекту оновлення основного капіталу підприємства	
14	РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	
15	ВИСНОВКИ	11.12.2023 17.12.2023
16	Попередній захист КРМ	11.12.2023 17.12.2023
17	Робота ЕК. Захист КРМ	18.12.2023 24.12.2023 25.12.2023 31.12.2023

Студент

Керівник роботи

  
(підпис)  
  
(підпис)

Білецька О. І.  
(прізвище та ініціали)

Мариненко Н. Ю.  
(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Білецька О. І. Оцінка впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг (на прикладі ПП «АМ Сервісенерго»). – Рукопис.**

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2023.

*Об'єктом дослідження* є господарська діяльність ПП «АМ Сервісенерго», а предметом дослідження виступають взаємозв'язки та взаємовідносини між суб'єктами ринку під час реалізації оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг.

*Метою* кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ та практики реалізації оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг, а також пропонування механізмів підвищення конкурентоспроможності та забезпечення розвитку підприємства у перспективному періоді.

*Методи дослідження:* узагальнення, зіставлення, аналізу та синтезу, обґрунтування, порівняння, статистичні, емпіричні, економіко-математичні, планування та прогнозування.

У кваліфікаційній роботі представлено теоретичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури та її впливу на розвиток підприємств сфери послуг, здійснено дослідження практичних аспектів оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток ПП «АМ Сервісенерго», запропоновано механізми підвищення конкурентоспроможності та забезпечення розвитку підприємства у перспективному періоді. У четвертому розділі досліджено особливості охорони праці та безпеки життєдіяльності на ПП «АМ Сервісенерго».

**Ключові слова:** кон'юнктура ринку, макроекономічні показники, фінансовий стан підприємства, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, канва бізнес-моделі, інвестиційний проєкт.

## ANNOTATION

**Biletska O. I. Evaluation of market conditions impact on the service industry enterprise (PE «AM Serviceenergo» as a case study). – Manuscript.**

Research for obtaining the «Master» educational level in specialty 076 «Business, Trade and Exchange Activity». – Ternopil Ivan Puluj National Technical University. – Ternopil, 2023.

The *object of the research* is the economic activity of the enterprise PE «AM Serviceenergo», and the subject of the research is the interrelationships and relationships between market entities during the implementation of the assessment of the impact of the market situation on the development of the enterprise in the service sector.

The *aim* of the qualification thesis is to study the theoretical foundations and practice of assessing the impact of the market situation on the development of the service sector enterprise, as well as proposing mechanisms for increasing competitiveness and ensuring the development of the enterprise in the prospective period.

*Research methods:* generalization, comparison, analysis and synthesis, justification, comparison, statistical, empirical, economic-mathematical, planning and forecasting.

This qualification paper presents theoretical approaches to the study of the market environment and its influence on the development of enterprises in the service sector, a study of the practical aspects of assessing the impact of the market environment on the development of the PE «AM Serviceenergo», proposed mechanisms for increasing competitiveness and ensuring the development of the enterprise in the prospective period. In the fourth chapter, the peculiarities of labor protection and life safety at the PE «AM Serviceenergo» are investigated.

**Keywords:** market situation, macroeconomic indicators, financial condition of the enterprise, competitive advantages, competitiveness, business model canvas, investment project.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>8</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ.....</b>	<b>13</b>
1.1 Поняття, характерні риси та основні рівні дослідження ринкової кон'юнктури.....	13
1.2 Основні чинники, що впливають на зміну та динаміку кон'юнктури споживчого ринку.....	20
1.3 Методичний інструментарій дослідження кон'юнктури споживчого ринку.....	24
<b>Висновки до розділу 1.....</b>	<b>32</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО».....)</b>	<b>34</b>
2.1 Організаційно-економічна характеристика ПП «АМ Сервісенерго».....	34
2.2 Дослідження основних бізнес-процесів та кон'юнктури ринку функціонування підприємства сфери послуг.....	42
2.3 Оцінка ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго».....	52
<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>59</b>
<b>РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО» У ПЕРСПЕКТИВНОМУ ПЕРІОДІ.....</b>	<b>62</b>
3.1 Реалізація бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності.....	62

3.2	Напрями забезпечення зростання конкурентних переваг підприємства на локальному ринку.....	70
3.3	Обґрунтування інвестиційного проєкту оновлення основного капіталу підприємства.....	76
	<b>Висновки до розділу 3.....</b>	<b>84</b>
	<b>РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....</b>	<b>86</b>
4.1.	Охорона праці на ПП «АМ Сервісенерго».....	86
4.2.	Забезпечення життєдіяльності підприємства у надзвичайних ситуаціях.....	89
	<b>Висновки до розділу 4.....</b>	<b>91</b>
	<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>93</b>
	<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>98</b>
	<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>104</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми** даного дослідження обумовлюється тим, що війна в Україні, нестабільність сучасної макроекономічної ситуації та мінливість кон'юнктури ринку обумовила виникнення певних труднощів, пов'язаних із визначенням перспективних напрямів розвитку підприємств, зміцненням їхніх конкурентних позицій. Зазначене також ускладнюється недостатнім обсягом наявних ресурсів для досягнення основної мети, зміною значної кількості економічних параметрів, що викликано впливом чинників соціально-економічного характеру на усі сфери діяльності підприємства, та призводить до зниження його конкурентоспроможності і негативно позначається на функціонуванні підприємств у поточному періоді.

Використання принципів стратегічного управління у процесі зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку в умовах швидких кон'юнктурних змін є особливо важливим напрямом забезпечення його стійкого функціонування, оскільки формуються пріоритети його діяльності на довгострокову перспективу. У зв'язку із швидкими темпами змін у зовнішньому середовищі, до процесу розробки конкурентної стратегії необхідно підходити комплексно, з урахуванням значної кількості внутрішніх і зовнішніх чинників, акцентувавши увагу на їхньому впливові на конкурентну позицію підприємства на ринках.

У сучасних умовах господарювання, що характеризуються динамічною кон'юктурою ринку, наростаючою конкуренцією на ринку товарів та послуг, на підприємствах особливо загострюються проблеми, пов'язані із процесом формування і зміцнення конкурентних переваг та розробкою конкурентних стратегій, успішна реалізація яких дозволить адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, максимально використовуючи його можливості та своєчасно долаючи загрози, що виникають з певною періодичністю.



В умовах військових подій, повномасштабного вторгнення РФ в Україну, важливо вміти чітко та правильно здійснити діагностування поточної кон'юнктури ринку та оцінити поточні і перспективні бізнес-процеси функціонування підприємства, оскільки це дасть можливість більш швидшої адаптації до даних умов та забезпечити поступовий вихід із кризової ситуації і формування середовища сталого розвитку підприємств сфери послуг.

Вагомий науковий внесок у формування теоретико-методичних засад оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг засвідчують праці українських і зарубіжних учених: Березняк Н.В., Іванова Л. О., Музика О. М., Корепанов О. С., Мішеніна Г. А., Матвєєва Ю. Т., Райко Д.В., Лебедева Л.Е., Сардак С. Е., Чала Т.Г., Щербина Л.В., Шляга О. В., Гальцев М. В., Перерва П.Г., Кобєлева Т.О. та ін., у яких досліджено окремі питання, що стосуються кон'юнктури споживчого ринку, оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг, заходів покращення конкурентних позицій і конкурентоспроможності підприємства.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження теоретичних основ та практики реалізації оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг, а також пропонування механізми підвищення конкурентоспроможності та забезпечення розвитку підприємства у перспективному періоді.

Виходячи із актуальності обраної теми та мети дослідження, **завданнями даної кваліфікаційної роботи** є вивчення ряду питань, зокрема:

- дослідження поняття, характерні риси та основні рівні дослідження ринкової кон'юнктури;
- визначення основних чинників, що впливають на зміну та динаміку кон'юнктури споживчого ринку;

- узагальнення методичного інструментарію дослідження кон'юнктури споживчого ринку;
- загальна організаційно-економічна характеристика ПП «АМ Сервісенерго»;
- дослідження основних бізнес-процесів та кон'юнктури ринку функціонування підприємства сфери послуг;
- оцінка ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності підприємства;
- реалізація бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності;
- пропонування напрямів забезпечення зростання конкурентних переваг підприємства на локальному ринку;
- обґрунтування інвестиційного проєкту оновлення основного капіталу підприємства.

**Об'єктом дослідження** є господарська діяльність ПП «АМ Сервісенерго», а **предметом дослідження** виступають взаємозв'язки та взаємовідносини між суб'єктами ринку під час реалізації оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг.

**Інформаційною базою** дослідження є періодична література, Інтернет-джерела, статистичні дані Державної служби статистики України, статистичні дані ПП «АМ Сервісенерго», власні дослідження та розробки.

Основними **методами**, що використовувалися при написанні даного дослідження, стали: для опрацювання теоретичних підходів дослідження ринкової кон'юнктури та її впливу на розвиток підприємств сфери послуг використано методи узагальнення, зіставлення, аналізу та синтезу, обґрунтування та порівняння; для визначення практичних аспектів оцінки впливу ринкової кон'юнктури на розвиток підприємства сфери послуг ПП «АМ Сервісенерго» використано статистичні, математичні, емпіричні методи дослідження; для узагальнення механізми підвищення

конкурентоспроможності та забезпечення розвитку ПП «АМ Сервісенерго» у перспективному періоді – економіко-математичні, статистичні, планування та прогнозування.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає у тому, що основні результати, представлені в кваліфікаційній роботі, можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення розвитку досліджуваного підприємства та інших підприємств у перспективному періоді.

**Наукова новизна результатів** дослідження полягає в тому, що в роботі запропоновано: реалізацію бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» із використанням Business Model Canvas в умовах фінансової нестабільності, що дозволяє управлінському персоналу підприємства відстежувати баланс між різними аспектами діяльності підприємства та приймати узгоджені рішення щодо подальшого розвитку досліджуваного підприємства.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження доповідались і були схвалені на двох конференціях кафедри економіки та фінансів ТНТУ імені Івана Пулюя. Зокрема, тези за основними напрямками досліджень представлено у збірниках тез XI та XII Міжнародних науково-практичних конференціях «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»:

1. Білецька Олена. Основні аспекти функціонування вітчизняних підприємств під час війни. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. Тез доповідей, 31 березня 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 30–31.

2. Білецька Олена. Сутність ринкової кон'юнктури та необхідність її

дослідження. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 03 листопада 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 136–138.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота розміщена на 97 сторінках основного тексту, складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків і пропозицій, додатків і списку використаних джерел, який налічує 54 позиції. Для наочного відображення основних результатів дослідження в кваліфікаційній роботі представлено 18 таблиць, 22 рисунки та 10 додатків.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

### **1.1 Поняття, характерні риси та основні рівні дослідження ринкової кон'юнктури**

Одним з найбільш важливих завдань реалізації управлінської діяльності підприємства є встановлення та підтримка взаємодії суб'єкта господарювання із зовнішнім середовищем його функціонування. Зазначене досягається через виробництво, реалізацію продукції, а також надання послуг споживачам підприємства. Механізм, який орієнтований на побудову зв'язку сфери виробництва із подальшим споживанням, а також крізь призму забезпечення раціональних пропорцій виробництвом і споживання та орієнтацію виробничо-господарської діяльності на задоволення споживчих потреб, виступає сучасним ринком і характеризує основні його особливості.

Для оцінювання та розуміння динаміки локального ринку важливо проводити комплексні дослідження та вивчати ринкову кон'юнктуру, що виступає основою складовою загальної економічної кон'юнктури і дає напрямок для здійснення та розуміння змін і тенденції на ринку.

Кон'юнктура ринку конкретного споживача чи галузевого ринку широко взаємодіє не тільки із кон'юктурою інших секторів національної економіки, але й із кон'юктурою інших споживчих ринків, а також загальноекономічною кон'юктурою. Важливо враховувати те, що характеристики загальноекономічної кон'юнктури та тенденції його розвитку не завжди можливо механічно переносити на товарні чи галузеві ринки, і навпаки [20, с. 196].

У даному контексті слід розуміти сутність та основні особливості формування ринкової кон'юнктури. В науково-практичній літературі

науковці подають різноманітні підходи до визначення дефініції «кон'юнктура ринку», що представлено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення дефініції «кон'юнктура ринку»

Науковець	Визначення	Характеристика
Л. Ліпич, Т. Радіщук [22, с. 14]	кон'юнктура товарного ринку - стан ринку, в певний момент часу, зумовлений впливом багатьох чинників, різних за тривалістю, природою та характером (політичні, соціальні, економічні, екологічні) впливу на можливості реалізації стратегічних планів, програм, підприємств-учасників товарних ринків та як такого, що характеризується співвідношенням конгломератів економічних показників: попиту та пропозиції	Науковці визначають досліджувану економічну категорію поточною ринковою ситуацією, проте не зрозуміло, як довго вона може продовжуватися та якими показниками характеризується і визначається, а також як вони пов'язані між собою.
О. Абакуменко [1, с. 9]	Кон'юнктура ринку – це ринкова ситуація, виходячи з чого, для її характеристики використовується велика кількість різноманітних показників, що визначають стан розвитку; об'єкт застосування регуляторних заходів з метою забезпечення позитивних змін у соціально-економічному розвитку країни в умовах посткризової стабілізації	
Р. Окрепкий [29, с. 6]	кон'юнктура ринку – це конкретна економічна ситуація, що склалася на ринку в даний момент або за обмежений відрізок часу під впливом сукупності кон'юктуроутворювальних чинників, і характеризується рівнем збалансування попиту і пропозиції на ринку, а також рівнем та співвідношенням цін	У визначенні дана категорія характеризує рівень збалансування пропозиції та попиту на локальну ринку, а також визначається загальним рівнем та співвідношенням цін, при цьому відношення пропозиції та попиту є відображенням мінливості ціни. Відповідно, кон'юнктура споживчого ринку характеризується мінливістю ціни.
О. Кошій [19, с. 14]	кон'юнктура ринку – це мінлива економічна ситуація на певному ринку, котра формується під впливом сукупності чинників та пов'язана з особливостями процесу відтворення, а також проявляється в умовах реалізації продукції, а саме у співвідношенні попиту, пропозиції, динаміки цін тощо. Кон'юнктура ринку є проявом глибинних процесів, котрі протікають в економіці та знаходять відображення в умовах реалізації продукції	У досліджуваному визначенні дане поняття ототожнюється із мінливістю цін, при цьому не відомо, які саме процеси визначають зміни в економіці країни та знаходять відображення під час реалізації продукції та послуг.

Джерело: складено автором на основі [1, с.9; 19, с.14; 22, с.14; 29, с.6]

Здійснивши дослідження поняття «кон'юнктура ринку», важливо об'єднати деякі з них у шість різноманітних підходів (рис. 1.1).

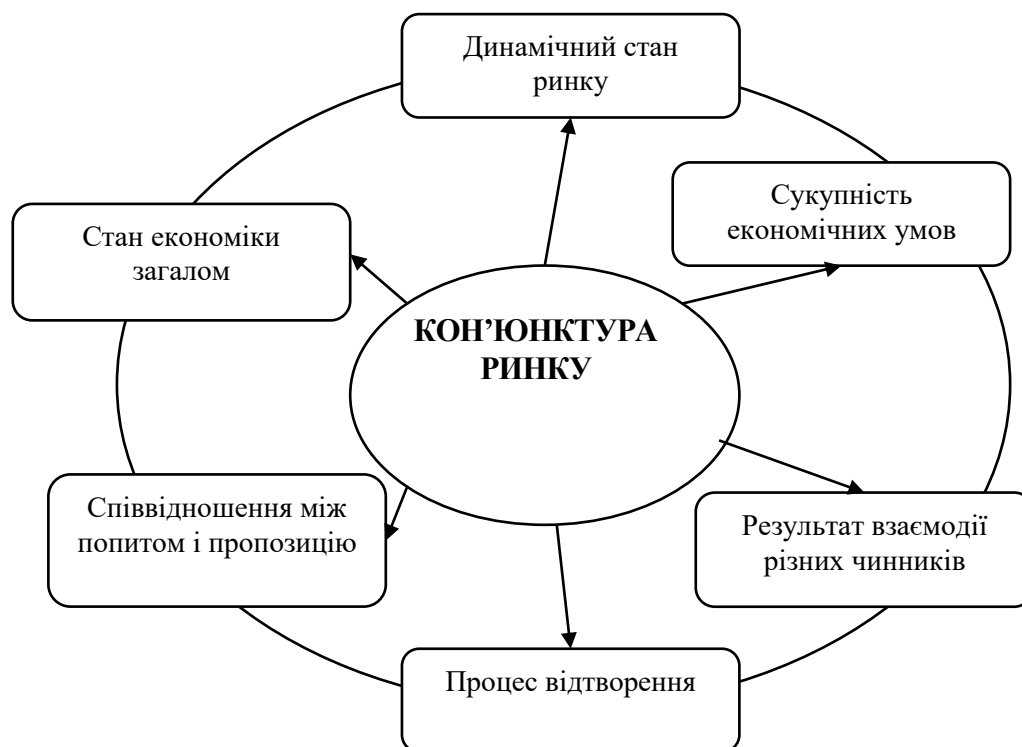


Рисунок 1.1 – Підходи щодо визначення сутності «кон'юнктура ринку»

*Джерело: складено автором на основі [28, с. 71]*

Зокрема, у першому підході слід об'єднати визначення, подані науковцями: В. В. Беляєва, В. Г. Громана та С. А. Первушина, які визначають зазначену категорію як динамічний стан локального ринку, що передбачає коливань і залежить від чинників впливу (внутрішніх і зовнішніх).

Представники другого підходу (В. Г. Бодров, І. В. Білявський і Л. В. Обеленцева), характеризують кон'юнктуру ринку як комплекс політичних чинників та соціально-економічних умов, котрі впливають на стан і подальшу динаміку ринку.

Ринкову кон'юнктуру можуть також формувати різноманітні умови ринку та чинники зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування суб'єкта господарювання (соціально-економічні, політичні та ринкові). Серед представників зазначеного підходу можна виокремити таких науковців як В. В. Левицький, Ю. Д. Косікова, В. Р. Кучеренко, Є. Д. Чацкіс і інших.

Науковці (Ф. Г. Піскопель, Д. І. Костюхін, В. Г. Клінов) розглядають процес динамічного відтворення кон'юнктури ринку як ринковий відтвір у різноманітних його формах, що значно різняться в залежності від історичного періоду. Оптимальне співвідношення (пропорція) між пропозицією та попитом на продукцію та послуги, яке встановлюється на ринку, слугує ключовим моментом для раціональної та найбільш ефективної побудови кон'юнктури ринку.

Висвітлене розуміння даного поняття було представлено науковцями, такими як С. П. Коваль, В. Репке та А. Є. Савенко. Основна ідея підходу науковців полягає у тому, що неможливо у повній мірі здійснити аналіз та дослідити ринкову кон'юнктуру через те, що вона постійно змінюється за рахунок впливу різноманітних чинників середовища функціонування суб'єкта господарювання.

Шостий підхід (В. М. Соловійов, С. Б. Мухін, Т. О. Примаєв та ін.) до визначення концепції кон'юнктури ринку розкриває її ключову сутність та основний зміст через загальний стан національної економіки, який виникає через зміни у різноманітних макропоказниках [20, с. 198-199].

Визначаючи подані вище підходи необхідно відмітити багатогранність досліджуваної економічної категорії, зокрема науковці відзначають її як:

1. Визначну економічну динаміку розвитку, що склалася на локальному чи глобальному ринку протягом обмеженого періоду під впливом ряду чинників зовнішнього та внутрішнього характеру.

2. Сукупність різноманітних умов та чинників впливу, які характеризують ситуацію на ринку, що склалася на даний час.

3. Точку (попиту та пропозиції) на кривій визначеного ринкового циклу в період функціонування підприємства.

Дослідження кон'юнктури споживчого ринку передбачає конкурентоспроможність, а також комерційну цінність продукції та послуг підприємства. Аналізування поточної ринкової ситуації передбачає наявність наступних аспектів: баланс локального ринку, зокрема рівень ринкової активності;



співвідношення пропозиції та попиту; фінансова стійкість та коливання її визначальних параметрів впливу; ситуацію на локальному ринку; комерційний ризик; сформовані тенденції розвитку локального та глобального споживчого ринку [2, с. 42].

У науковій літературі представлено наступні рівні дослідження поточної ринкової кон'юнктури суб'єкта господарювання: товарний, галузевий та загальноекономічний (рис. 1.2 та додаток А).



Рисунок 1.2 – Рівні дослідження кон'юнктури ринку

*Джерело: складено автором на основі [25, с. 81]*

Дослідимо кожен із рівні. Зокрема, загальноекономічний рівень характеризує світове господарство його стан та динаміку цілому, а також господарства окремої країни, які формуються під впливом чинників внутрішнього та зовнішнього характеру. Даний рівень включає розгляд виробничого і економічного потенціалу підприємств та його основних складових (фінансові, трудові, виробничі та природні ресурси), а також інституціональну структуру господарства і науково-освітній та інфраструктурний потенціал, котрі забезпечують його перспективний розвиток.

Даний рівень передбачає визначення масштабів спеціалізації та концентрації виробництва продукції чи послуг, різноманітні напрями і форми

державного регулювання процесів в економіці країни, а також систему та структуру регіональних ринків товарів чи послуг.

Галузевий рівень передбачає визначення стану справ у національному та світовому господарствах.

Рівень будь-якого із товарів чи послуг показує його окреме положення у масштабах різного роду ринків, як світового, національного або ж регіонального [49, с. 33-34].

Важливою характеристикою реалізації руху товарної чи загальногосподарської кон'юнктури ринку виступають циклічні закономірності розвитку економічних процесів в державі. Для того, щоб визначити зростання основних економічних процесів, котрі відбуваються на споживчих ринках, не досить ефективним рішенням виглядає фіксування у динаміці ринкових цін, дослідження руху матеріальних потоків та розглянути зміну інших ключових (результативних) параметрів впливу на зміну кон'юнктури ринку.

Грунтовне дослідження кон'юнктури ринку обумовлює необхідність наявності глибинних знань щодо циклічності економічних процесів в контексті розвитку національної економіки країни, у тому числі і характерних ознак кожної із фаз циклу та визначення основних умов та процесів переходу між різними фазами, оскільки ключові зміни кон'юнктури ринку відбуваються у рамках визначеного переходу [25, с. 85].

Також необхідно відзначити, що хоча і кон'юнктура споживчого чи галузевого ринків розвивається не ізольовано, а, передусім, пов'язана із кон'юнктурою галузевих і товарних ринків, а також загальногосподарською кон'юнктурою. У даному випадку не є досить коректним механічне перенесення найбільш важливих тенденцій та основних характеристик загальногосподарської кон'юнктури на споживчі чи галузеві товарні ринки. Відповідно, не досить сприятлива кон'юнктура ринку, що склалася у галузі народного господарства може впливати також і на суміжні галузі національної економіки країни. У зв'язку із відзначеним, при здійсненні

дослідження стану та динаміки зміни ринкової кон'юнктури визначеної галузі важливим є врахування та аналіз різноманітних господарських взаємозв'язків і взаємовідносин даної галузі із іншими галузями, або ж дослідження впливу на економічні процеси в країні.

Поряд із цим, ринкова кон'юнктура на споживчому ринку має ряд досить важливих рис, які відділяють її від інших ринків, що представлено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Характеристика основних рис кон'юнктури споживчого ринку

Основні риси	Характеристика
1) часті коливання кон'юнктури та її мінливість	Одні коливання відзначають дію різноманітних сил, котрі у короткому період мають значний вплив на кон'юнктуру, а інші відображають результат впливу чинників, котрі мають довгостроковий вплив на стан та динаміку ринкової кон'юнктури. Найбільш яскравим носієм даної риси виступає фондовий ринок, що дуже швидко реагує на найменші зміни в економічних процесах та політиці.
2) виняткова суперечність	Зазначене знаходить своє відображення у тому, що різноманітні показники кон'юнктури ринку засвідчують наявність протилежних тенденцій – спад та підйом.
3) нерівномірність	Найбільш чітко проявляється, коли збігаються різноманітні напрямки динаміки розвитку різноманітних показників, проте не збігаються темпи її розвитку, а саме: виробництво та реалізація одних товарів зростає чи спадає більш швидше, а інших – значно повільніше.
4) є єдністю протилежностей, які складають у процесі відтворення капіталу	Загальний зв'язок різноманітних елементів кон'юнктури ринку можливо відслідкувати здійснюючи аналіз міжнародних споживчих ринків.
5) процес відтворення	Розглядається у ринковому вимірі. Конкретний процес відтворення являє та визначає собою єдність протилежностей процесу виробництва та реалізації продукції та послуг.

*Джерело: складено автором на основі [18, с. 76]*

Відповідно до цього, також мають бути предметом дослідження кон'юнктури всі додаткові елементи нестійкості, які введені в економічну систему та процес реалізації відтворення через сферу обігу. Крім того, глибоке дослідження ринкової кон'юнктури повинно враховувати не лише

особливості внутрішньої сфери обігу, але й також вплив міжнародних відносин, міжнародної торгівлі та світового (глобального) ринку.

## **1.2 Основні чинники, що впливають на зміну та динаміку кон'юнктури споживчого ринку**

Під час повномасштабної війни бізнес активно допомагає країні боротися за свою незалежність. Підприємства створюють робочі місця, займаються волонтерством. Війна внесла свої корективи у їхню діяльність, адже бізнес відчуває нестачу фінансових ресурсів, недоступність кредитних коштів тощо. Проте, незважаючи на труднощі, у країні продовжують успішно діюти підприємства, які розвиваються та сприяють зростанню національної економіки [5].

В контексті дослідження стану та тенденцій зміни кон'юнктури товарного (споживчого) ринку необхідно відзначити основні чинники, котрі впливають на неї.

Кон'юнктуроформувальний чинник – це причина або ж рушійна сила, котра визначає характер кон'юнктурних змін, основні напрями і темпи її розвитку та одночасно одна із найбільш важливих умов даного економічного процесу за визначених обставин [36].

Кон'юнктуроформувальні чинники слід розглядати як конкретну форму виразу економічних явищ, законів і закономірностей або ж найбільш важливіших умов функціонування та розвитку національної економіки і галузей народного господарства.

На розвиток економічних процесів та формування збалансованої кон'юнктури ринку має вплив значна кількість чинників. Щоб здійснити аналіз даних чинників впливу на ринкову кон'юнктуру, необхідно їх класифікувати у відповідності до різновидів та вивчати дії даних чинників впливу, розглядаючи їх як багатофакторні сукупності у відповідності до представлених критеріїв.

Кон'юнктура споживчого ринку формується через функціонування та

розвиток численних чинників впливу – політичних, економічних, демографічних, а також соціокультурних. Зміна кожного із даних чинників залежить від поточної ситуації, як на макро-, так і на мікрорівні, що визначають специфіку діяльності суб'єкта господарювання.

Зокрема, економічні чинники визначаються через наступні явища ринкового механізму: загальний обсяг зростання або зниження виробництва (реалізації різних видів послуг), інфляція (дефляція економічних процесів), зростання (падіння) цін на ресурси, криза (активізація), високий (низький) рівень безробіття, неплатоспроможність (платоспроможність) партнерів, нестабільність (стабільність) фінансової системи та інше.

Представлені чинники не є вичерпними, і їх взаємодія може бути досить складною. Аналіз кон'юнктури ринку дає можливість підприємству розуміти попит і адаптувати власні стратегії до змін у ньому (попиті) [10, с. 106].

Здійснюючи аналіз кон'юнктуру ринку як економічної категорії, важливо також враховувати основні аспекти діяльності, такі як ціна, пропозиція та попит на товар (послугу). Для визначення класифікації чинників впливу, котрі формують кон'юнктуру ринку і відображають особливості об'єкта дослідження, слід здійснити аналіз різних підходів до їх систематизації. Через те що кон'юнктуру найбільш частіше визначають як співвідношення пропозиції та попиту на продукції чи послуги, важливим є класифікувати чинники, які визначають кон'юнктуру, в залежності від їх взаємозв'язку із ринковими елементами їх також ділять на чинники попиту та пропозиції.

Система показників кон'юнктури ринку розподілена на чотири основні блоки, які узагальнено в таблиці 1.3.

Важливими неціновими чинниками, котрі мають вплив на споживчий попит, є рівень доходу та чисельність споживачів продукції чи послуг, ринкова цінова позиція на ідентичні (альтернативні) товари представлені на ринку, споживчі смаки (мода, національні традиції, особливості побуту та

інше), зміни в споживчих властивостях продукту чи послуги, характеристики товарів та послуг, вплив зміни середовища функціонування, споживчі очікування і інше.

Таблиця 1.3 – Основні блоки системи показників кон'юнктури споживчого ринку

Назва блоку показників	Показники
Показники пропозиції	Абсолютні галузеві показники виробництва, відносні показники, виробничий потенціал, сировинний потенціал, динаміка завантаження виробничих потужностей, обсяг інвестицій, динаміка експорту та імпорту товарів, розподіл ринку, концентрація виробників на ринку, тип ринку.
Показники попиту	Обсяг, структура і динаміка попиту, сегментація і диференціація, функціональні можливості, еластичність попиту від маркетингових збудників.
Цінові показники	Рівень цін, їх варіація, однорідність, типовість, стійкість, дисперсія, абсолютні та відносні показники товарообігу.
Показники тенденцій розвитку ринку	Стійкість та циклічність розвитку ринку

*Джерело: складено автором на основі [34, с. 486]*

Необхідно відзначити, що дослідження та подальший вибір чинників, які визначають стан попиту, є доволі складним і креативним завданням. У даному аспекті надзвичайно важливим є врахування таких характеристик, як експлуатаційні витрати, наявність майна, розмір ліквідних активів, доступність споживчого банківського кредиту, структура сім'ї та її особливості, впевненість у майбутньому і інші. Щодо пропозиції, які прямо впливають на кон'юнктуру функціонування та розвитку підприємств, мають місце наступні чинники впливу: ціни на ресурси (собівартість виробництва), умови продажу (включаючи маркетинг і рекламу), технологічний рівень виробництва, кількість конкурентів на ринку, ціни на альтернативні товари (послуги), які виробляє зазначене підприємство (інші джерела прибутку).

Через наявність політичних аспектів найбільш важливим характеристиками є політична стабільність суспільства, зміни умов реалізації експорту та імпорту продукції чи послуг українських підприємств, зовнішньоекономічна та внутрішньоекономічна політика уряду, поява нових

ринків збуту, недосконалість національного законодавства, а також інші регулювальні аспекти уряду.

Формування конкурентного середовища діяльності, механізм підвищення конкурентних позицій підприємств на ринку та національної економіки в цілому, науково-технічний прогрес та інноваційна позиція є визначальними чинниками, які формують кон'юнктуру споживчого ринку [19, с.18].

Фактори демографії містять важливий аспект для суб'єктів ринку і передбачають постійний моніторинг чисельності та складу споживачів, рівня та якості життя, культурного контексту суспільства, а також розміру і структури його потреб.

Соціокультурний фактор визначає особливості споживачів, їхні культурні традиції та уподобання. До соціальних чинників важливо віднести:

- демографію: розмір, структура та склад населення регіону важливі для визначення попиту на різні товари і послуги; смаки та попит споживачів:
- індивідуальні смаки, уподобання і стилі життя впливають на вибір товарів;
- соціокультурні тренди: моди, тренди та культурні зміни можуть змінювати попит на певні товари.

Культурними ж чинниками є наступні:

- стійкість до бренду: впізнаваність брендів і стійкість до них може впливати на вибір товарів та послуг;
- споживацькі цінності: цінності та переконання споживачів також впливають на їхні вибори при покупках;
- соціальні програми: програми соціального захисту та підтримки можуть впливати на поточні та майбутні доходи споживачів.

Вказані чинники не є вичерпними, і їх взаємодія може бути доволі складною. Дослідження та аналіз кон'юнктури споживчого ринку допомагають підприємствам зрозуміти попит і адаптувати власні стратегії розвитку до змін у цьому попиті. Під час проведення дослідження

кон'юнктури ринку послуг слід акцентувати увагу на впливових чинників, таких як наявність конкурентів у визначені сфері функціонування підприємства, динаміка кількості конкурентів, асортимент продукції чи послуг, що реалізуються конкурентами, частка підприємства на регіональному та національному ринку, політика та основні методи ціноутворення, які застосовує підприємство, характеристика цільового споживача послуг та можливість розширення цільової аудиторії за рахунок активізації маркетингового інструментарію [21, с. 10]. Для ефективної оцінки кон'юнктури ринку послуг необхідна інформація, що стосується конкретного ринкового сегменту, зокрема, інформація про всіх конкурентів. Також потрібно аналізувати не тільки повні аналоги даного виду послуг, але й близькі послуги за призначенням.

### **1.3 Методичний інструментарій дослідження кон'юнктури споживчого ринку**

Реалізація дослідження поточної ситуації на ринку виступає важливим аспектом подальшого прийняття зважених на сучасні реалії управлінських рішень. Результати здійсненого дослідження стимулюють зниження ризиків при прийнятті стратегічних управлінських рішень, таких як входження на нові ринки збуту продукції чи послуг, обрання нових напрямів функціонування та можливостей диверсифікації бізнесу, закріплення на нових ринкових сегментах. Оволодіння основними вміннями та навичками здійснення дослідження кон'юнктури ринку стає найбільш важливим чинником поточного успішного функціонування підприємства та подальшого його розвитку враховуючи умови зовнішнього середовища.

Проведення оцінювання ринкової кон'юнктури наголошує на важливості раціональної організації дослідження, вибору найбільш відповідної методики здійснення аналізу, основних методів, параметрів та ключових показників, а також вивченні впливу різного роду чинників на зміни ринкової кон'юнктури. Для отримання актуальної інформації щодо



поточного стану та динаміки ринку, науковцями рекомендується здійснювати комплексне кон'юнктурне дослідження, яке включає елементи, зокрема: збір та оцінка найбільш важливих даних про ситуацію на ринку, розкриття ключових тенденцій функціонування суб'єктів ринку, а також прогнозування найбільш важливих параметрів і розгляд альтернатив для прийняття раціональних, зважених на сучасні реалії, управлінських рішень [36].

Аналізування кон'юнктури є важливим для розвитку комерційної діяльності на різних етапах і рівнях управління, а також виступає досить ефективним інструментом регулювання в національній економіці. Основна мета дослідження ринкової кон'юнктури передбачає визначення характеру та ступеня його збалансованості, зокрема у взаємозв'язку пропозиції і споживчого попиту.

Ринковий механізм дії передбачає спробу досягти рівноваги між пропозицією і попитом. Проте цей процес розгортається під впливом багатьох суперечливих чинників, котрі призводять до постійних коливань і відхилень від поточного розвитку локального ринку. Дослідження стану ринку можуть змінюватися та мають інформаційно-попереджувальний характер для підприємців. При цьому, ключові завдання дослідження ринкової кон'юнктури представлені на рисунку 1.3.



Рисунок 1.3 – Основні завдання реалізації дослідження кон'юнктури ринку

*Джерело: складено автором на основі [28, с. 19]*

Предметом оцінки ринкової кон'юнктури є масові явища та динамічні процеси, що формують ситуацію на товарному ринку, відповідно піддаються оцінці. Реалізуючи оцінку представлених методів дослідження акцентуємо увагу на основних складових, зокрема:

1) характеристика досліджень – визначення ключових принципів і особливостей дослідження кон'юнктури споживчого ринку;

2) логічна структура – відображення мети та завдань реалізації кон'юнктурного аналізу ринку;

3) визначення основних етапів реалізації аналізу ринкової кон'юнктури;

4) вплив досліджень ринкової кон'юнктури на бізнес-процеси та середовище функціонування підприємства сфери послуг.

Основні методичні підходи, які забезпечують реалізацію досліджень ринкової кон'юнктури представимо, опираючись на послідовну та логічну структуру відзначеного різновиду досліджень (рис. 1.4).

Відповідно до представленої на рис. 1.4. схеми, оцінювання кон'юнктури ринку є досить складним процесом і має кілька визначних особливостей. Зокрема, дослідник повинен працювати із наявним інформаційним відображенням об'єкта реалізації такого дослідження, використовуючи під час кожного етапу аналізу широкий спектр показників поточного стану функціонування підприємства.

Результати аналізу кон'юнктури відображаються у показниках, котрі слугують основними даними для оцінки поточної ситуації і дають відповіді на актуальні питання [49, с. 34]. Ще однією із особливостей проведення досліджень кон'юнктури ринку є необхідність здійснення багатокритеріального та багаторівневого опису об'єкта дослідження.

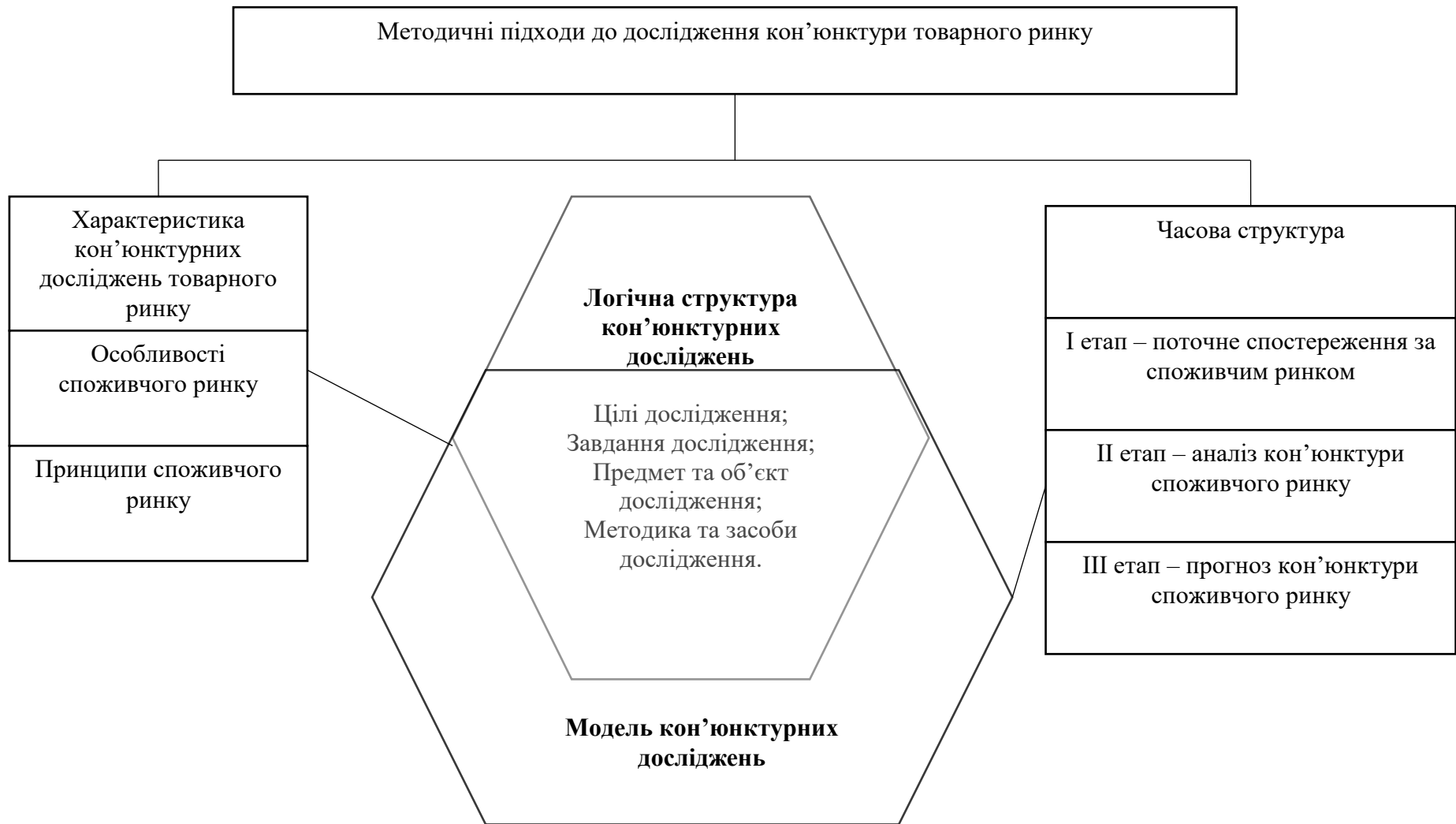


Рисунок 1.4 – Методичні підходи до дослідження кон'юнктури споживчого ринку

Джерело: складено автором на основі [36]

Проведення кон'юнктурних досліджень реалізується на різноманітних рівнях, починаючи з вивчення об'єкта, зокрема, на рівні ринку країни (перший рівень), надалі аналізуючи структуру окремого ринку товарів чи послуг (другий рівень) та описуючи стан окремих ключових елементів ринку товарів чи послуг (третій рівень).

Для реалізації основних завдань дослідження кон'юнктури споживчого ринку у науково-періодичній літературі представлено систему показників, що подано у додатку Б та структурована у додатку В. Вказані показники забезпечують можливість провести найбільш повно та чітко обґрунтоване дослідження кон'юнктури споживчого ринку. Хоча використання зазначених показників не є обов'язковим, проте проведення комплексного дослідження, використовуючи лише деякі із них, не, в повній мірі, забезпечує достатність інформації про поточний стан ринку товарів чи послуг.

Важливо виділити три ключові етапи виконання завдань дослідження ринкової кон'юнктури ринку продукції (ринку послуг). На першому етапі реалізується поточне спостереження за станом кон'юнктури ринку та його динамікою. На другому етапі проводиться дослідження кон'юнктури ринку та тенденцій її зміни. Даний аналіз повинен охарактеризувати типологію та масштаби ринку, основні пропорції, швидкість та напрями зміни ключових параметрів, а також поточний рівень стійкості розвитку локального ринку.

Третій рівень аналізу визначає основні причинно-наслідкові зв'язки та умови, котрі визначають поточну ринкову ситуацію. Далі проводиться прогнозування ринкової кон'юнктури та формуються висновки щодо перспектив розвитку ринку товарів чи послуг [36].

На рисунку 1.5 подано схему реалізації дослідження (оцінювання) кон'юнктури споживчого ринку, визначимо при цьому основні етапи.



Рисунок 1.5 – Етапи проведення кон'юктурних досліджень на підприємстві сфери послуг

*Джерело: складено автором на основі [41, с. 155]*

Відповідно до поданої інформації на рисунку 1.5, аналіз кон'юктури споживчого ринку передбачає циклічний процес, котрий слід проводити систематично для забезпечення найактуальнішою інформацією підприємства сфери послуг про поточний стан, а також основні процеси і динаміку розвитку кон'юктури споживчого ринку.

Ключовими етапами даного дослідження є аналіз і прогноз кон'юктури ринку товарів чи послуг, оскільки вони становлять основу для подальшої розробки торгівельної політики підприємства.

Для здійснення оцінювання кон'юктури споживчого ринку рекомендується розпочинати із класифікації показників поточного стану. Важливо побудувати ряди динаміки для кожного чинника і статистичного показника оцінки кон'юктури. Кожен із зазначених показників повинен мати динамічний ряд, що відображає вплив відповідного чинника у минулому на сучасність та майбутню динаміку (оцінку сучасного стану та

поточні прогнози розвитку ситуації).

Наступним найбільш важливим етапом аналізу розвитку кон'юнктури ринку є визначення напряму дії та впливу ключових чинників. Оцінювання реалізується в історичному аспекті із використанням динамічних рядів.

Завершальною виступає стадія дослідження, котра передбачає інтегрування різних об'єднань і розгляд всієї сукупності та взаємного зв'язку всіх основних чинників впливу як єдиного цілого.

Результат дослідження дозволяє визначити роль та місце кожного з ключових чинників впливу на формування кон'юнктури споживчого ринку протягом визначеного періоду часу. Це є найбільш складним та важливим етапом проведення аналітичної роботи [35].

Дослідження ринкової кон'юнктури, зокрема ринку послуг, надає великі можливості визначити параметри ринку та встановити поточний стан і положення підприємства у сфері послуг на обраному ринку. Відзначене дозволяє визначити основних конкурентів у сфері діяльності підприємства, оцінити конкурентні переваги та конкурентоспроможність підприємства. Крім того, дослідження кон'юнктури ринку дозволяє вивчити попит та потребу у послугі на локальному ринку, розглянути специфіку послуги та її місце на споживчому ринку, а також здійснити оцінку ступеня задоволеності споживачів послугою. За допомогою дослідження здійснюється моделювання основних перспектив просування послуги, визначаються ключові напрями діяльності з метою задоволення різноманітних потреб споживачів послуг [30].

В науковій літературі для реалізації аналізу кон'юнктури споживчого ринку пропонують використовувати різноманітні методи дослідження, що згруповані та представлені на рис. 1.6.

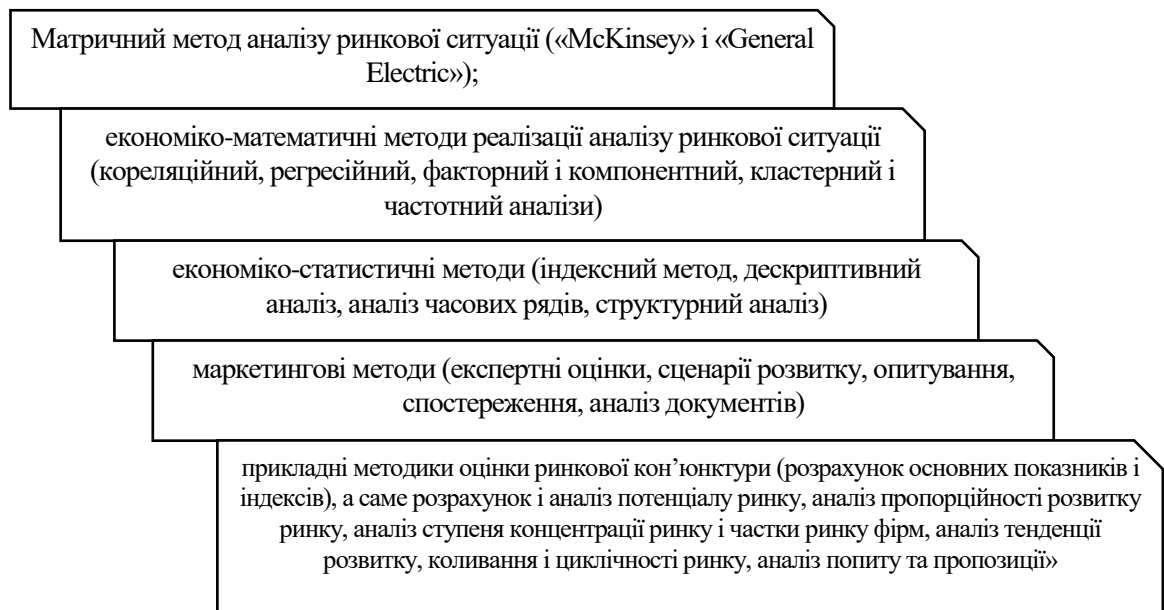


Рисунок 1.6 – Основні методи кон'юнктурних досліджень

*Джерело: складено автором на основі [30]*

Результати здійсненого дослідження підкреслюють необхідність та важливість постійного аналізу кон'юнктури ринку у будь-який період та в будь-якій економічній ситуації. Дослідження кон'юнктури ринку допомагають підприємствам приймати обґрунтовані рішення, підвищувати ефективність і конкурентоспроможність, а також адаптуватися до змін на ринку [4]. Завданням управління адаптивним розвитком підприємства є попереднє визначення максимально можливого рівня розвитку в запланованому періоді, який визначається на основі розгляду можливих збурювальних факторів, порівняння витрат, необхідних для локалізації їх наслідків і витрат на зміцнення адаптаційних можливостей, які могли б цим наслідкам запобігти [53]. Управління розвитком промислового підприємства неможливо без оцінювання змін, які відбуваються з технологічно-виробничою сферою підприємства під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників [54].

Споживчий ринок послуг потребує безперервного моніторингу та прогнозування, адже для підприємства важливо постійно знати поточну ситуацію на ринку. В даному аспекті необхідно використовувати

методики оцінювання, що ґрунтується на врахуванні ряду ключових чинників впливу, принципів та методів оцінювання, а також на використанні показників, які відображають та розкривають кон'юнктуру споживчого ринку та ключові бізнес-процеси, які мають місце на ринку.

### **Висновки до розділу 1**

Узагальнюючи основні результати проведеного дослідження, необхідно відзначити наступне:

1. Комерційна цінність та конкурентоспроможність продукції та послуг підприємства залежать від кон'юнктури споживчого ринку. Дослідження поточної ринкової ситуації включає в себе ряд аспектів, таких як: баланс локального ринку, включаючи співвідношення пропозиції та попиту; рівень ринкової активності; стійкість фінансових показників або коливання їх ключових параметрів; комерційний ризик; стан локального ринку на певній точці сезонного та економічного циклу; сформовані тенденції розвитку ринку. Дослідження поточної кон'юнктури ринку включає три різновиди – товарний, галузевий та загальноекономічний. Загальноекономічний рівень відображає економічний стан світового господарства в цілому або окремої країни чи групи країн, враховуючи різноманітні чинники впливу. Галузевий рівень аналізує стан у сфері національного та світового господарства. Рівень товару конкретного виду вказує на його позицію на регіональних, національних та світових ринках.

2. Основні чинники, що визначають кон'юнктуру споживчого ринку, об'єднуються в економічні, соціокультурні, демографічні та політичні. Зміни в цих чинниках залежать від сучасної ситуації на рівні як макро-, так і мікрорівні підприємства. Під час проведення дослідження кон'юнктури ринку послуг слід акцентувати увагу на ряді впливових чинників, таких як: наявність або відсутність конкурентів у визначеній галузі; динаміка кількості конкурентів; асортимент послуг, що надаються конкурентами;



частка ринку, яку утримує підприємство; характеристика цільової аудиторії споживачів послуг; можливості розширення цільової аудиторії за рахунок активізації маркетингових інструментів.

3. Вивчення кон'юнктури споживчого ринку є ключовим етапом у процесі ухвалення управлінських рішень. Основна мета цього аналізу полягає в розкритті характеру та ступеня збалансованості ринку, зокрема в співвідношенні між попитом і пропозицією. Проведення дослідження поточного стану та кон'юнктури споживчого ринку є складним процесом, який має свої особливості. Наприклад, при реалізації кон'юнктурних досліджень споживчого ринку послуг, дослідник повинен взаємодіяти з інформаційним представленням об'єкта дослідження у формі різноманітних показників стану на кожному етапі аналізу.

## РОЗДІЛ 2

### ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО»)

#### 2.1 Організаційно-економічна характеристика ПП «АМ Сервісенерго»

Об'єктом дослідження є діяльність ПП «АМ Сервісенерго», що реалізує діяльність у сфері обслуговування споживачів. Основними напрямками послуг даного підприємства є роботи пов'язані із будівництвом, зокрема приватне підприємство здійснює електромонтажні роботи (КВЕД 43.21), покрівельні роботи (КВЕД 43.91), інші спеціалізовані будівельні роботи (КВЕД 43.99), при цьому підприємство також може здійснювати будівництво житлових та нежитлових будівель та будівництво трубопроводів, що відзначено у статуті даного підприємства. Основним напрямом діяльності досліджуваного підприємства є: КВЕД 71.20 Технічні випробування та дослідження. Підприємство засновано у 2007 році та діє за юридичною адресою: Україна, 80700, Львівська область, Золочівський район, місто Золочів, вулиця Польна, будинок 44.

Із 2020 року аж до періоду війни діяльність підприємства була акцентована на реалізації робіт по освітленню державних та приватних об'єктів. Зокрема, протягом останніх років було здійснено наступні підрядні роботи по встановленні вуличного освітлення:

– влаштування вуличного освітлення на пішохідній доріжці по вул.Світанок в с. Сновичі Золочівського району Львівської області (капітальний ремонт – завершено роботи, натягнуто кабелі, встановлено 43 ліхтарі);

– реконструкція вуличного освітлення в с. Поляни Золочівського району Львівської області (встановлено опори вуличного освітлення та світильники);

– реконструкція зовнішнього освітлення вул. Центральна, І. Франка, Ремезівцівської, Шептицького, Гайова, Нова в с. Шпиколоси Золочівського району Львівської області (встановлено закладні, прокладено кабель).

Споживачі послуг відмічають високу якість проведених робіт та надійність встановленого вуличного освітлення. Аналізуючи досліджуваний ринок, необхідно відмітити його достатню насиченість, при цьому основними конкурентами даного підприємства є підприємства ПП НВП «Енергоефект», ТОВ «Агробуд», ПП «БУД Сервіс», ТОВ «Водно-будівельне підприємство».

Досліджуючи організаційну структуру підприємства, слід відмітити, що працівників основного профілю 2 (директор підприємства – Адамик Микола Петрович та головний бухгалтер підприємства – Паращук Людмила Григорівна). Поряд із цим, для проведення ремонтних та підрядних робіт додатково наймається персонал, із яким укладено трудові договори (переважно переукладаються щороку). Оплата праці персоналу ПП «АМ Сервісенерго» відбувається від обсягу виконаних робіт та продуктивності праці.

Окрім директора та бухгалтера існують і наступні категорії працівників:

– ремонтники (2 працівника) – здійснюють обслуговування та ремонт електромонтажного обладнання;

– кабельщики (2 працівника) – реалізують комплекс підрядних робіт по прокладці кабелю, встановлені опор вуличного освітлення та світильників, налагоджені електрообладнання;

– покрівельники (2 бригади, 8 працівників) – здійснюють монтаж та демонтаж покрівлі, виконують різноманітні покрівельні роботи різної складності;

– будівельники (2 бригади, 9 працівників) – здійснюють різноманітні будівельні роботи різної складності.

Кількість працівників ПП «АМ Сервісенерго» варіюється

(змінюється) залежно від обсягу та рівня складності робіт, котрі реалізуються підприємством. Дослідимо основні показники господарської діяльності підприємства, представимо дані у таблиці 2.1.

Здійснюючи дослідження показників господарської діяльності підприємства, слід відмітити зниження показника основного капіталу, зокрема у 2018 році показника основних засобів становив 50,3 тис. грн і знижується на 35,5 тис. грн або на 70,58% до рівня 14,8 тис. грн. Низьке значення показника обумовлюється специфікою діяльності підприємства, яке має необхідно обсяг основного капіталу для поточної господарської діяльності, при масштабних замовленнях необхідні основні засоби орендуються або ж працівників підприємства мають власні основні засоби для виконання різного роду замовлень.

Про зниження господарської діяльності засвідчує зниження розміру оборотних активів, відповідне значення показника знижується із 813,6 тис. грн у 2018 році до рівня 162,4 тис. грн. Протягом усього досліджуваного періоду значення показника знизилося на 651,2 тис. грн або ж на 80,04% і засвідчує процеси згортання господарської активності через збитковість підприємства та неефективність виконуваних робіт. У структурі оборотного капіталу необхідно відзначити наявність запасів до 2020 року, дебіторська заборгованість та грошові кошти і їх еквіваленти, інші оборотні активи.

Таблиця 2.1 – Показники господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показники	Роки					Динаміка (+;-)			
						Абсолютні		Відносні	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022- 2021	2022- 2018	2022-2021	2022-2018
Основні засоби	50,3	44,8	32,7	20,9	14,8	-6,1	-35,5	-29,19%	-70,58%
Оборотні активи	813,6	388,3	339,7	156	162,4	6,4	-651,2	4,10%	-80,04%
Дебіторська заборгованість	45,5	176,6	251,8	20,3	20,3	0	-25,2	0,00%	-55,38%
Грошові кошти	768,1	115,1	32,7	0	0	0	-768,1	0,00%	-100,00%
Власний капітал	-248,7	-801	-811,6	-843,5	-825,7	17,8	-577	-2,11%	232,01%
Нерозподілений прибуток (збиток)	-319,7	-872	-882,6	-965,6	-955,5	10,1	-635,8	-1,05%	198,87%
Позиковий капітал	1112,6	1234,1	1184	1020,4	1002,9	-17,5	-109,7	-1,72%	-9,86%
Кредиторська заборгованість	184	241,4	301,4	54,8	47,3	-7,5	-136,7	-13,69%	-74,29%
Доходи підприємства	1083	1904,5	1362,2	289,1	28,5	-260,6	-1054,5	-90,14%	-97,37%
Витрати підприємства	1447,1	2456,8	1372,8	372,1	18,4	-353,7	-1428,7	-95,06%	-98,73%
Чистий прибуток	-364,1	-552,3	-10,6	-83	10,1	93,1	374,2	-112,17%	-102,77%

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М

Динаміка основних та оборотних активів ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр. відобразимо на рис. 2.1.

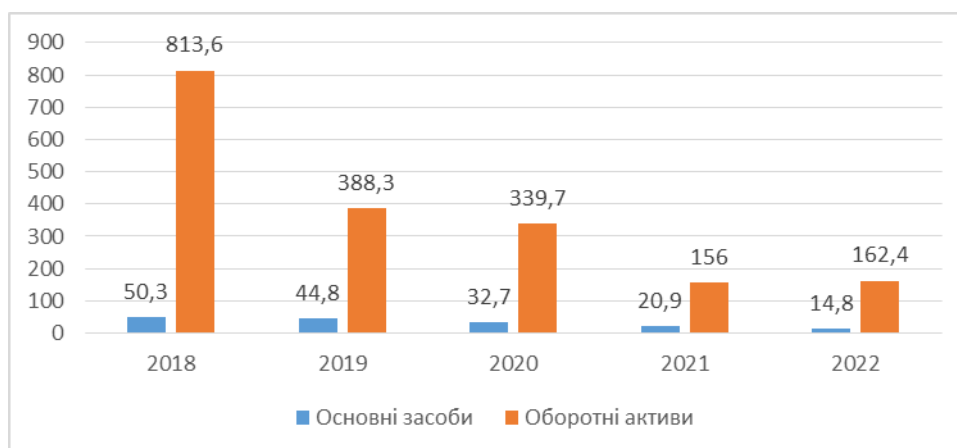


Рисунок 2.1 – Динаміка активів підприємства ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Протягом досліджуваного періоду спостерігалось зміна розміру дебіторської заборгованості підприємства, відповідне значення показника збільшується за період 2018-2020 рр. із 45,5 тис. грн до значення 251,8 тис. грн, при цьому у 2022 році значення показника знижується до рівня 20,3 тис. грн. Відначене засвідчує ефективну політику управління зобов'язаннями перед підприємством, при цьому необхідно відмітити, що в структурі дебіторської заборгованості наявна лише поточна дебіторська заборгованість (сумнівної та безнадійної заборгованості не виявлено).

В структурі оборотних активів також спостерігається зниження розміру найбільш ліквідних активів підприємства – грошових коштів і їх еквівалентів, зокрема значення показника у 2018 році становило 768,1 тис. грн, у 2019 році – 115,1 тис. грн, а у 2020 році показник становив 32,7 тис. грн. Проте у 2021 та 2022 роках не спостерігалась наявність грошових коштів.

Аналізуючи власний капітал та поточні зобов'язання досліджуваного підприємства, необхідно відзначити негативні моменти повного

орієнтування на позикові кошти в структурі джерел фінансування наявного майна (рис.2.2).

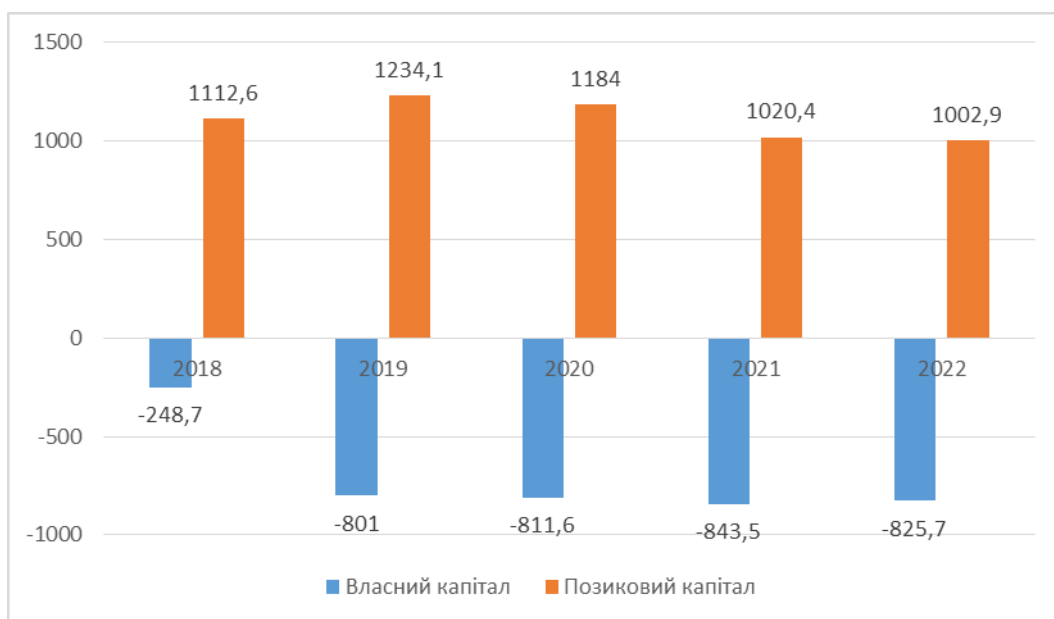


Рисунок 2.2 – Динаміка пасивів (джерел формування майна) підприємства ПП АМ «Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Відповідно, слід відзначити негативні моменти відсутності фінансової автономії підприємства та повна фінансова залежність від позикових коштів. Аналізуючи власний капітал ПП «АМ Сервісенерго», необхідно засвідчити за період 2018-2022 рр. його значення було від’ємним через збитковість підприємства та значний нерозподілений збиток підприємства. Динаміка власного капіталу спадна – збитковість та від’ємне значення показника збільшується, зокрема у 2018 році показник становив -248,7 тис. грн, у 2019 році значення показника складало -801 тис. грн, у 2022 році показник складав -825,7 тис. грн. Неефективність фінансово-господарської діяльності, збитковість підприємства обумовлюють від’ємні значення даного показника.

При цьому, підприємство протягом досліджуваного періоду орієнтувалося на позиковий капітал розмір якого змінюється, зокрема

значення показника становило 1112,6 тис. грн у 2018 році та знижується до рівня 1002,9 тис. грн у 2022 році. Зниження показника обумовлено зниженням рівня кредиторської заборгованості підприємства (в структурі слід відзначити кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуг, з бюджетом, з оплати праці, з страхування) та зростанням інших поточних зобов'язань підприємства. Значення кредиторської заборгованості знижується із 184 тис. грн у 2018 році до рівня 47,3 тис. грн у 2022 році.

Поряд із цим, спостерігається зростання інших поточних зобов'язань підприємства, значення показника зростає із 928,6 тис. грн у 2018 році до рівня 955,6 тис. грн у 2022 році. Приріст показника зобов'язань засвідчує негативні тенденції фінансово-господарської діяльності підприємства, зокрема досліджуючи фінансові результати необхідно відзначити різке зниження рівня доходів, відповідний показник у 2018 році становив 1083 тис. грн, при цьому знижується до значення 18,4 тис. грн, що обумовлює згортання виробничо-господарських процесів та зниження операційної активності підприємства.

Знижується і розмір витрат господарської діяльності, відповідний показник у 2018 році становив 1447,1 тис. грн і знижується до 18,4 тис. грн у 2022 році. Необхідно відзначити, що у більшості витрати переважають розмір доходів, лише у 2022 році спостерігалася прибутковість підприємства та рівень доходів перевищував рівень витрат діяльності підприємства. Динаміка доходів та витрат, узагальнюючого фінансово результату – чистого прибутку господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр. подана на рис. 2.3.



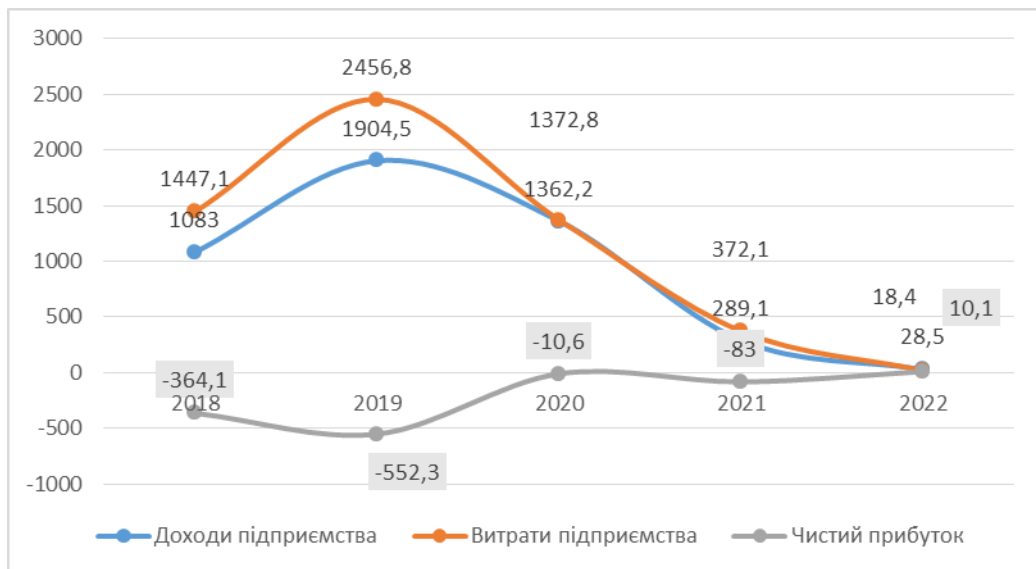


Рисунок 2.3 – Динаміка фінансових результатів господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Результати аналізу основних показників господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» засвідчує негативні тенденції згортання основних операційних процесів на досліджуваному підприємстві, що відобразилося на низькій фінансовій автономності та орієнтуванні на позиковий капітал, від’ємне значення власного капіталу та значний нерозподілений збиток підприємства, який з року в рік зростає. Протягом усього періоду спостерігалася наявність дебіторської та кредиторської заборгованостей, поряд із цим їх рівень знижувався за рахунок погашення, проте зазначене не вплинуло позитивно на господарські процеси.

Негативним є переважання розміру витрат господарської діяльності над доходами підприємства, що негативно вплинуло на узагальнюючий фінансовий результат діяльності підприємства – чистий збиток протягом 2018-2021 років, лише у 2022 році підприємство отримало прибуток у розмірі 10,1 тис. грн.

## 2.2 Дослідження основних бізнес-процесів та кон'юнктури ринку функціонування підприємства сфери послуг

Аналізуючи діяльність ПП «АМ Сервісенерго», необхідно відзначити, що основними напрямками робіт стали: електромонтажні роботи (КВЕД 43.21), покрівельні роботи (КВЕД 43.91), інші спеціалізовані будівельні роботи (КВЕД 43.99). З року в рік спостерігається негативна тенденція зниження розміру доходів підприємства від реалізації даних послуг, що представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Стан, структура та динаміка доходів ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	2018		2019		2020		Відхилення 2020-2018		
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	
Електромонтажні роботи	574	53	892,3	46,85	715,4	52,52	141,4	-224,63	-0,48
Покрівельні роботи	317	29,27	518,2	27,21	305,6	22,43	-11,4	-196,4	-6,84
Інші спеціалізовані і будівельні роботи	192	17,73	494	25,94	341,2	25,05	149,2	-277,71	7,32
Всього	1083	100	1904,5	100	1362,2	100	279,2	-225,78	0
Показник	2021		2022		Відхилення 2022-2021				
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%			
Електромонтажні роботи			175,2	60,6	28,5	100	-146,7	-83,73	39,4
Покрівельні роботи			83,3	28,81	0	0	-83,3	-100	-28,81
Інші спеціалізовані будівельні роботи			30,6	10,58	0	0	-30,6	-100	-10,58
Всього			289,1	100	28,5	100	-260,6	-90,14	0

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Результати проведеного дослідження засвідчують динаміку зниження доходів від реалізації послуг, зокрема за період 2018-2020 рр. показник знижується на 279,2 тис. грн або на 225,78%. В структурі реалізації послуг найбільша питома вага реалізації електромонтажних робіт на підприємстві, відповідний показник змінюється із 53% у 2018 році до рівня 52,52% у 2020 році.

Питома вага покрівельних робіт в структурі реалізації становила 29,27% у 2018 році до рівня 22,43% у звітному 2022 році, при цьому найнижчою є частка інших спеціалізованих робіт, відповідний показник у 2018 році становив 17,73%, у 2019 році складав 25,94%, а у 2022 році – 25,05%.

В 2021 році структура реалізації послуг підприємства не змінилася, при цьому обсяг електромонтажних робіт становив 175,2 тис.грн. або 60,6%, покрівельних робіт – 83,3 тис. грн або 28,81%, а інших спеціалізованих робіт було виконано на 30,6 тис.грн. або 10,58% в структурі реалізації послуг.

У звітному 2022 році було реалізовано лише електромонтажні роботи на суму 28,5 тис. грн або 100% обсягу реалізованих послуг даного підприємства.

Динаміка зниження показника реалізації послуг, а як наслідок зниження ділової активності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр. обумовлена макроекономічними чинниками.

Аналізуючи макроекономічну ситуацію останніх років необхідно відмітити, що протягом останнього десятиріччя Україна стикнулася із серією надзвичайно серйозних проблем.

Почавши зі світової фінансової кризи 2008-2009 років, країна пережила слабе відновлення в період з 2010 по 2012 рік, але потім зіткнулася з іншою серйозною кризою (початком гібридної війни), яка також вплинула на політичну ситуацію в 2014-2015 роках.

У свою чергу, в 2019-2020 роках країну струснула пандемія коронавірусу COVID-19, і перед тим, як вона могла відновити стабільність, в 2022 році Україну прийшла повномасштабна війна із рф (рис. 2.4).

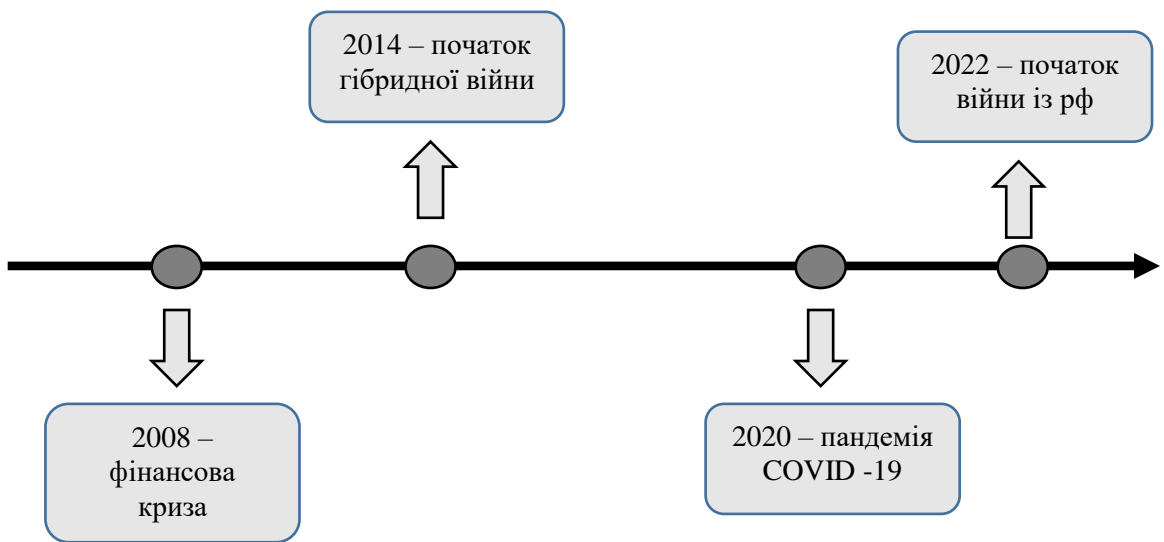


Рисунок 2.4 – Основні події, котрі мали вплив на діяльність  
ПІ «АМ Сервісенерго»

*Джерело: складено автором на основі власних спостережень*

Незважаючи на складнощі, які довелося подолати, економіка України протягом останніх років виявила вражаючу здатність до адаптації та відмови від сировинної моделі розвитку, хоча вона мала очевидні недоліки. Одним з найважливіших показників цієї здатності є динаміка ВВП протягом 2008-2022 років (рис. 2.5).

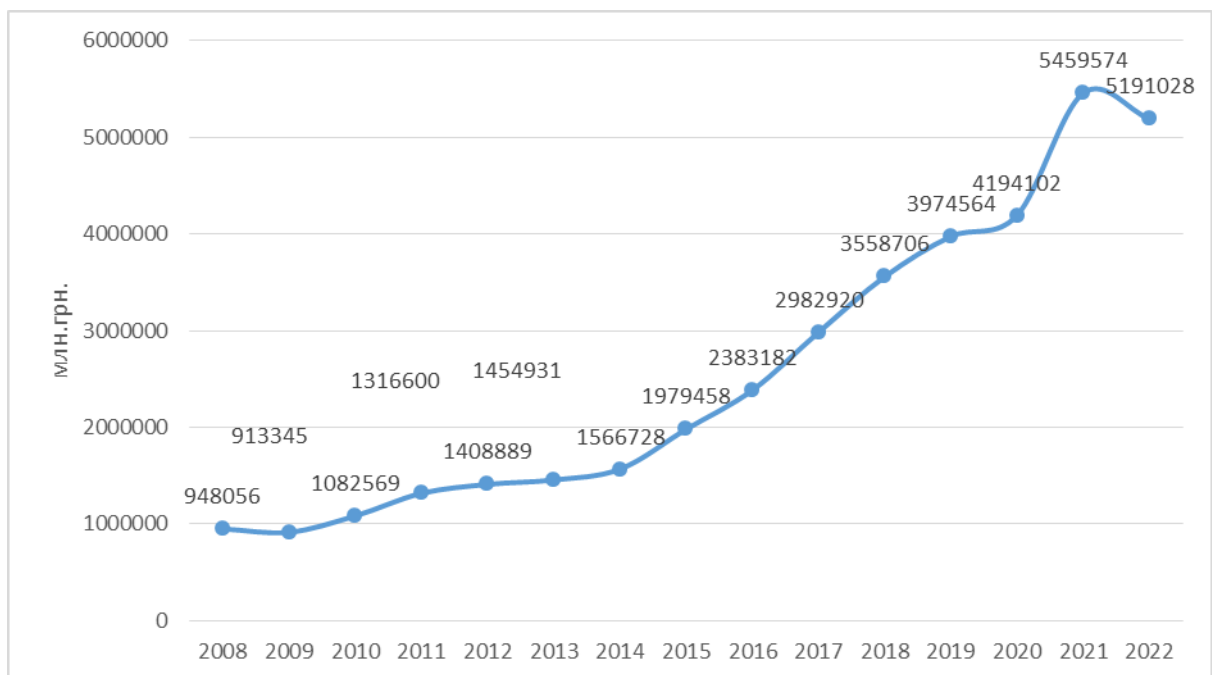


Рисунок 2.5 – Динаміка ВВП України за період 2008-2022 рр.

*Джерело: складено автором на основі [31]*

Досліджуючи динаміку ВВП України за період 2008 по 2021 рр., слід відмітити його поступове зростання із 948056 млн грн у 2008 році до рівня 5459574 млн грн у 2021 році, в період війни, у 2022 році, ВВП нашої країни дещо скоротився. Основним генератором ВВП став бізнес.

Під час опитування [5, с. 30] було встановлено, що в бізнесу в Україні, в умовах війни, існують різні перешкоди, які впливають на його функціонування. Основними перешкодами розвитку бізнесу та зростання ВВП в нашій країні у 2022 році стали: недостатня кількість платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку, яка зазначена більшістю респондентів (50,5%); непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку, що є проблемою для 48,4% бізнесу; недостатній розмір капіталу, який є недоліком для 40,4% респондентів; непередбачувані дії держави, які можуть негативно вплинути на стан бізнесу, що було зазначено 26% опитаних; недоступність кредитних коштів, що є проблемою для 25,8% бізнесу; відсутність доступних грантових програм, які були оголошені Урядом, яка становить проблему для 20,7% респондентів; регуляторні та фіскальні перешкоди, котрі створюють труднощі для бізнесу, що зазначено 27% опитаних.

В цілому, війна внесла свої корективи у їхню діяльність, адже бізнес відчуває нестачу фінансових ресурсів, недоступність кредитних коштів тощо. Проте, незважаючи на труднощі, у країні продовжують успішно діяти підприємства, які розвиваються та сприяють зростанню національної економіки.

Іншим важливим моментом розвитку макроекономічних процесів в Україні є стан та тенденції залучення інвестиційного капіталу у національну економіку. Саме залучення іноземних інвестицій створює нові робочі місця, формує інноваційне середовище бізнесу, залучає нові інноваційні технології, генерує науково-технічний прогрес в країні. Нажаль, протягом останніх років, через війну в Україні, динаміка

іноземного інвестування національної економіки знижується, що відображено на рис. 2.6.

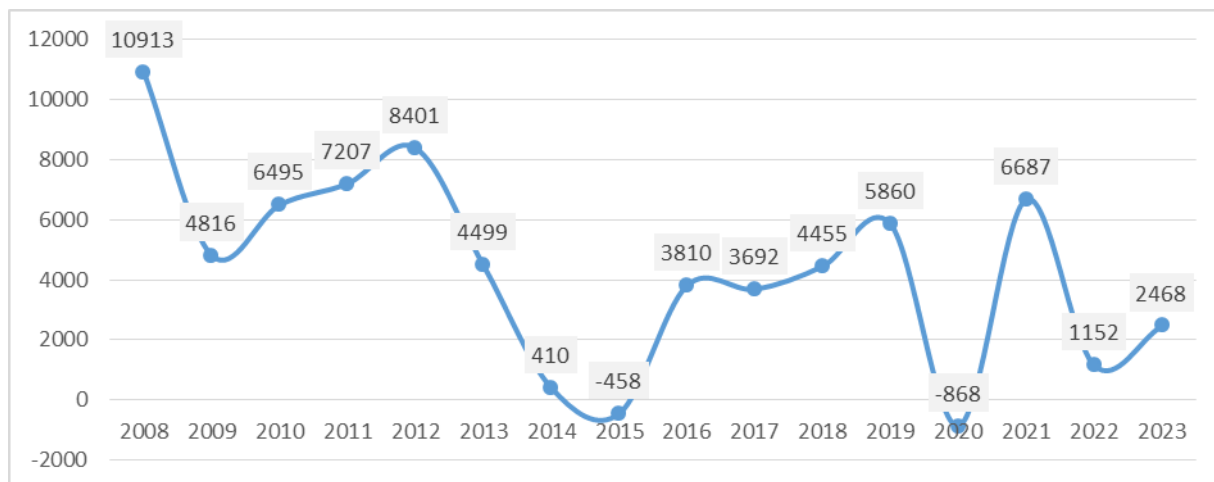


Рисунок 2.6 – Динаміка прямого іноземного інвестування національної економіки України за період 2008-2023 рр.

*Джерело: складено автором на основі [31]*

Результати дослідження засвідчують пікову інвестиційну активність іноземних партнерів у 2008 році – 10913 млн дол. США, у 2012 році показник становив 8401 млн.дол. США, у 2021 році складав 6687 млн дол. США. В період війни спостерігається різке зниження інвестиційної активності до рівня 1152 млн дол. США у 2022 році та 2468 млн дол. США у 2023 році.

Значним викликом за останній період та протягом 2008-2022 рр. стала девальвація національної валюти, що впливає на платоспроможність покупців та бізнесу (рис. 2.7).

Результати дослідження засвідчують пікову девальвацію національної валюти України у 2014 році – 197,3%, 2008 році – 152,5 % та у 2022 році – 134,1%. Девальвація у дані періоди викликана наступними причинами: 2014 рік – гібридна війна в Україні, 2008 рік – світова фінансова криза, 2022 рік – повномасштабне вторгнення РФ в Україну (війна).

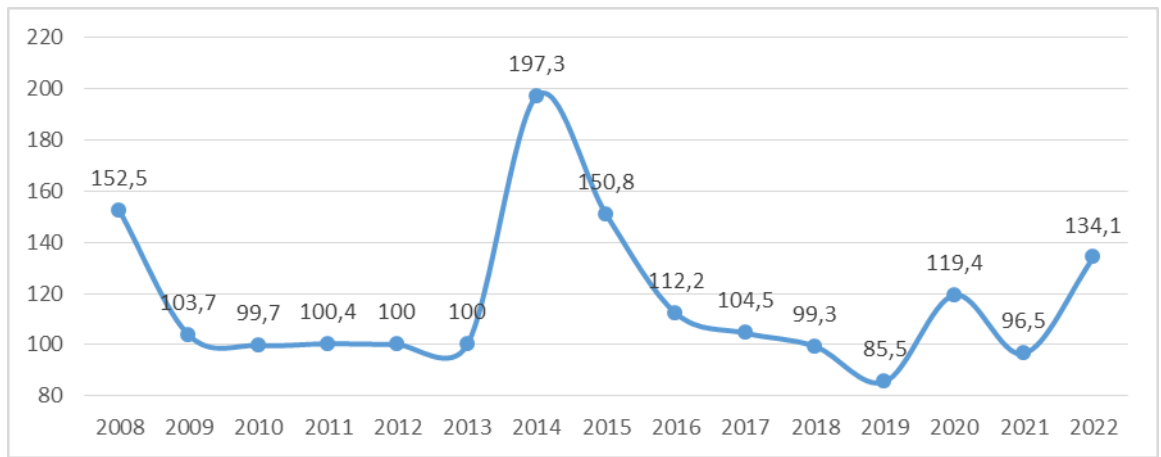


Рисунок 2.7 – Девальвація національної валюти України за період 2008-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [31]

В зовнішньоторговельній діяльності України протягом досліджуваного спостерігалася переважання імпорту над експортом (рис. 2.8).

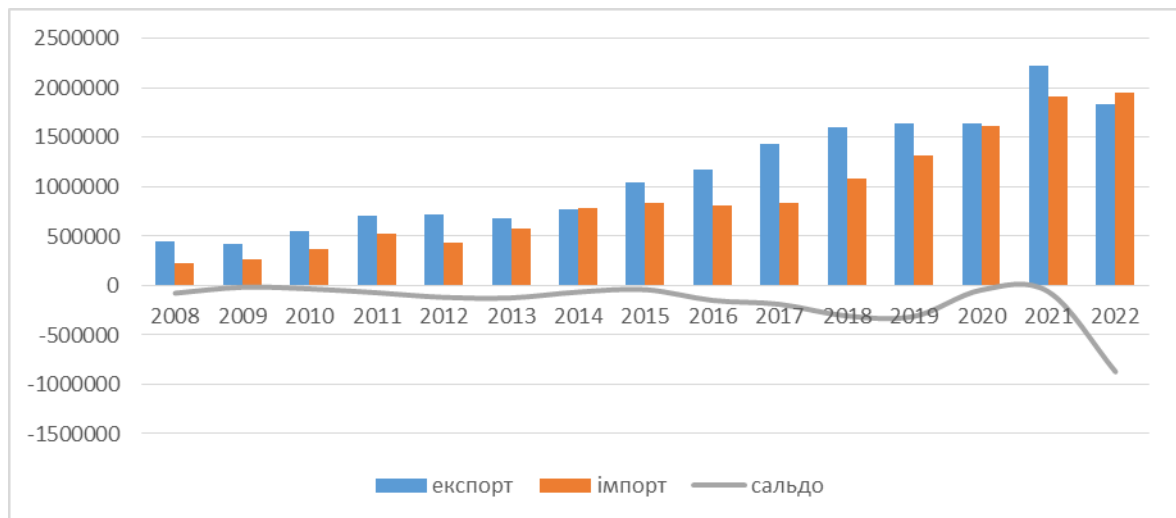


Рисунок 2.8 – Динаміка зовнішньоторговельної діяльності України за період 2008-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [31]

Протягом 2021-2022 рр. спостерігалася значне зростання імпорту продукції та послуг і його переважання в структурі зовнішньоторговельних відносин, зокрема показник експорту продукції

становив 1840563 млн грн, при цьому імпорт складав 1947599 млн грн, відповідне сальдо зовнішньоторговельного обороту становило -871762 млн грн.

Війна із рф кардинально змінила ситуацію в нашій країні. За даними на червень 2022 року, майже половина (46,8%) українських підприємств релокувалися, зазнали зупинки або припинили діяльність, і прямі збитки для малого та середнього бізнесу уже оцінюються понад 83 мільярдами доларів. Загородження портів відіграє суттєву роль, оскільки існуючі логістичні маршрути не здатні забезпечити навіть 20% потреб в експорті.

В цілому, досліджуючи макроекономічну ситуацію в Україні необхідно відзначити, що повномасштабна війна в нашій країні суттєво вплинула на діяльність підприємств, в тому числі і ПП «АМ Сервісенерго», зокрема, зменшення обсягу ВВП, зниження іноземного інвестування, девальвація національної валюти та негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу вплинула на згортання економічних процесів в нашій країні, а як наслідок і на діяльність досліджуваного підприємства, яке знизило ефективність фінансово-господарської діяльності. Узагальнений PEST-аналіз макроекономічних умов діяльності та розвитку ПП «АМ Сервісенерго»представимо у додатку **Н**.

Поряд із дослідженням макроекономічної ситуації проаналізуємо галузевий розвиток ПП «АМ Сервісенерго»та його конкурентоспроможність на внутрішньому ринку. Необхідно відзначити, що ринок будівельних послуг (електромонтажні та покрівельні роботи, а також інші спеціалізовані роботи) динамічно зростає. Частка будівництва у українському ВВП зростала з 2015-го від 2,3% та на 2020-2021 роки – у період активного поширення коронавірусу – відзначалась на рівні 3,3-3,2% відповідно. Протягом 2022 року спостерігалася негативна динаміка зниження обсягів будівництва на 56,5%, що обумовлено війною в Україні (рис. 2.9).



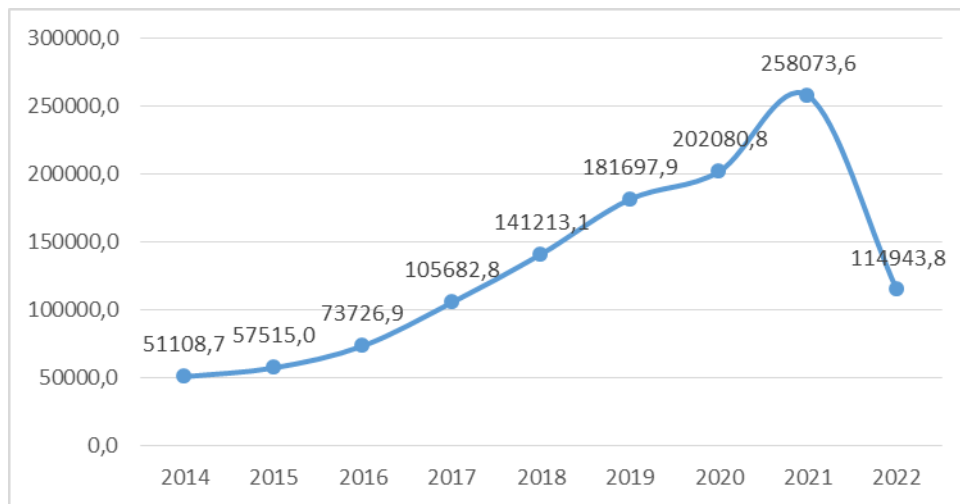


Рисунок 2.9 – Динаміка будівельних робіт в Україні за період 2014-2022 рр., млн грн

*Джерело: складено автором на основі [31]*

Таким чином, за останні два роки спостерігалось зниження показника реалізації будівельних робіт в Україні із 258073,5 млн грн у 2021 році до рівня 114943,8 млн грн на кінець звітної 2022 року. Кількісний параметр розвитку секторів економіки з позиції тенденції створення суб'єктів господарювання у різних видах економічної діяльності в структурному аспекті характеризується приростом у 2020 році сфери послуг, у якій функціонує підприємництво (ФОП), однак підприємства, як суб'єкти юридичного статусу – закриваються, враховуючи результативність їх ділової активності, а, отже, можливості функціонування на ринку відповідного сектору економіки [52, с. 503]. Основними негативними моментами зниження показника реалізації будівельних робіт в Україні: зростанням собівартості та дефіцитом будівельних матеріалів; здорожчанням логістики; дефіцитом компетентних кадрів, а також повномасштабна війна в Україні, що принесла значні ризики при реалізації будівництва та здійснення будівельних робіт.

Аналізуючи галузеві особливості функціонування ПП «АМ Сервісенерго» необхідно відзначити наявність трьох основних конкурентів, зокрема: ПП НВП «Енергоефект», ТОВ «Агробуд», ПП «БУД

Сервіс», ТОВ «Водно-будівельне підприємство». Згадані підприємства реалізують ідентичні, як досліджуване підприємство роботи, при цьому в структурі реалізації послуг найбільша частка підприємства ТОВ «Агробуд», що реалізує 35% усього обсягу будівельних робіт міста Золочів (рис. 2.10).

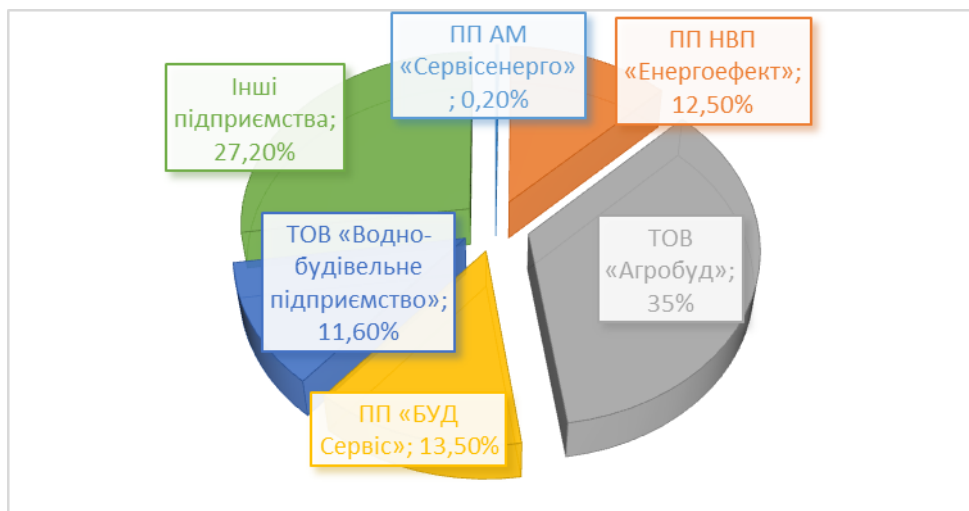


Рисунок 2.10 – Структура ринку будівельних послуг м. Золочів, 2022 рік

*Джерело: складено автором на основі власних спостережень*

Досліджуване підприємство ПП «АМ Сервісенерго» у 2022 році реалізувало послуг на суму 28,5 тис грн, що становило 0,2% частки ринку будівельних послуг у м. Золочів. Як бачимо, підприємство згортає власну фінансово-господарську діяльність через відсутність споживчого попиту.

Досліджуючи основних споживачів аналізованого підприємства – ПП «АМ Сервісенерго» протягом 2018-2022 рр. – необхідно відзначити, що в більшості замовниками ставали приватні господарства (електромонтажні та покрівельні роботи), об'єднані територіальні громади (облаштування та реконструкція вуличного освітлення) та приватні підприємства (покрівельні роботи).

Основними постачальниками будівельних та електротехнічних матеріалів на ПП «АМ Сервісенерго» є оптові підприємства та роздрібні підприємства регіону, зокрема: ТОВ «АРС-магазин будівельних

матеріалів», магазин «Господарські товари та будівельні матеріали», будівельний магазин «Елегант», магазин «Все для даху», магазин «Озон». Закупівля продукції реалізується, як оптовими так і роздрібними партіями товарів (в залежності від специфіки замовлення), при цьому із постачальниками укладено договори співпраці та постачання.

Для розгорнутого аналізу конкурентного середовища функціонування ПП «АМ Сервісенерго» протягом досліджуваного періоду здійснимо порівняння конкурентоспроможності підприємств даного регіону сфери реалізації будівельних послуг, результати дослідження представимо у додатку П.

Досліджуючи конкурентоспроможність та конкурентні позиції даного підприємства необхідно відмітити найнижчий бал на досліджуваному ринку – 49 балів. Зазначене обумовлено наступними чинниками: збитковістю підприємства та низькими показниками фінансового стану, відсутністю додаткового сервісу через згорання операційної активності підприємства, низькою диверсифікацією асортименту послуг та низькою ефективністю маркетингової збутової політики підприємства, підприємство неефективно використовує інноваційні технології в процесі обслуговування споживачів, що негативно впливає на структуру попиту.

Найбільш конкурентоспроможним виявилася діяльність підприємства ТОВ «Водно-будівельне підприємство», яке є клієнтоорієнтованим та акцентує свою діяльність на кінцевого споживача, відповідно маркетингова збутова політика даного підприємства є досить ефективною. Сильними сторонами діяльності підприємства є низька собівартість послуг та оптимальна ціна на асортимент послуг підприємства, зручне місце розташування, диверсифікований асортимент послуг підприємства, підприємство ефективно використовує сучасні інноваційні технології для реалізації широкого спектру послуг, що створює

значні конкурентні переваги та дозволяє лідирувати на локальному ринку (67 балів).

Інші підприємства (ПП НВП «Енергоефект» (59 балів), ТОВ «Агробуд» (54 балів), ПП «БУД Сервіс» (59 балів) є середніми гравцями ринку. Основними конкурентними перевагами даних підприємств є висока якість послуг, використання інноваційних технологій в обслуговуванні споживачів, оптимальна цінова позиція, висока кваліфікація персоналу на підприємствах.

Як узагальнення дослідження представимо SWOT-аналіз діяльності ПП «АМ Сервісенерго» (рис. 2.11).

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Висококваліфікований персонал</p> <p>Оптимальна цінова позиція</p> <p>Хороша локація підприємства</p> <p>Висока якість наданих послуг</p>	<p>Слабка фінансова база</p> <p>Незначна кількість послуг</p> <p>Застарілі підходи управління</p> <p>Відсутність стратегії розвитку</p>
Можливості	Загрози
<p>Підвищення інноваційної активності</p> <p>Диверсифікація асортименту послуг</p> <p>Нарощення клієнтської бази</p> <p>Вироблення стратегії розвитку</p>	<p>Зростання кількості конкурентів</p> <p>Зниження якості послуг</p> <p>Зниження іміджу підприємства на ринку</p> <p>Збитковість підприємства</p>

Рисунок 2.11 – SWOT-аналіз діяльності ПП «АМ Сервісенерго»

*Джерело: складено автором на основі власних спостережень*

В стратегічній перспективі підприємство повинне орієнтуватися, враховуючи сильні сторони, на власні можливості та реалізовувати їх. При цьому варто нівелювати слабкі сторони і бути готовим до зовнішніх загроз в його діяльності.

### **2.3 Оцінка ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності підприємства**

Аналізуючи показники господарської діяльності підприємства, перш за все здійснимо дослідження структури та динаміки активів і пасивів досліджуваного підприємства. Дані стану та структури активів

підприємства ПП АМ «Сервісенерго» за період 2018-2022 рр. подамо у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Стан та структура активів ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	2018		2019		2020		2021		2022	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Основні засоби	50,3	5,82	44,8	10,34	32,7	8,78	20,9	11,81	14,8	8,35
<b>Необоротні активи</b>	<b>50,3</b>	<b>5,82</b>	<b>44,8</b>	<b>10,34</b>	<b>32,7</b>	<b>8,78</b>	<b>20,9</b>	<b>11,81</b>	<b>14,8</b>	<b>8,35</b>
Запаси	0	0	0	0	20,7	5,56	18,3	10,34	18,3	10,33
ДЗ за товари, роботи та послуги	21,3	2,47	10,7	2,47	3,6	0,97	1,9	1,07	1,9	1,07
ДЗ за розрахункам и з бюджетом	18,6	2,15	19,7	4,55	20,1	5,4	18,4	10,4	18,4	10,38
Інша поточна ДЗ	5,6	0,65	146,2	33,76	228,1	61,25	0	0	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти	768,1	88,91	115,1	26,58	32,7	8,78	0	0	0	0
Інші оборотні активи	0	0	96,6	22,3	34,5	9,26	117,4	66,37	123,8	69,86
<b>Оборотні активи</b>	<b>813,6</b>	<b>94,18</b>	<b>388,3</b>	<b>89,66</b>	<b>339,7</b>	<b>91,22</b>	<b>156</b>	<b>88,19</b>	<b>162,4</b>	<b>91,65</b>
Баланс	863,9	100	433,1	100	372,4	100	176,9	100	177,2	100

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Досліджуючи дані таблиці 2.3, необхідно відзначити переважання оборотного капіталу підприємства, відповідна пропорція у 2018 році становила 94,18%:5,82%, поряд із цим значення показника у 2022 році змінюється до 91,65%: 8,35% на користь оборотного капіталу. В структурі необоротних активів необхідно відмітити наявність лише основних засобів, при цьому в структурі оборотного капіталу необхідно відмітити наявність запасів, різновидів дебіторської заборгованості, грошових коштів та їх еквівалентів, інших оборотних активів.

В структурі оборотних активів найбільша частка грошових коштів та

їх еквівалентів у 2018 році – 88,91% від загального обсягу активів, у 2022 році найбільшою була частка інших оборотних активів підприємства розмір яких становив 69,86%.

Далі проаналізує джерела формування майна та зазначимо повне орієнтування підприємства на позиковий капітал (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4 – Стан та структура пасивів ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	2018		2019		2020		2021		2022	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Зареєстрований (пайовий) капітал	71	8,22	71	16,39	71	19,07	122,1	69,02	129,8	73,25
Нерозподілений прибуток	-319,7	-37,01	-872	-201,34	-882,6	-237	-965,6	-545,85	-955,5	539,22
<b>Власний капітал</b>	<b>-248,7</b>	<b>-28,79</b>	<b>-801</b>	<b>-184,95</b>	<b>-811,6</b>	<b>-217,94</b>	<b>-843,5</b>	<b>-476,82</b>	<b>-825,7</b>	<b>465,97</b>
Поточна КЗ за товари, роботи та послуги	35,6	4,12	66,1	15,26	35,6	9,56	35,6	20,12	35,6	20,09
Поточна КЗ за розрахунками із бюджетом	55	6,37	39,3	9,07	43,7	11,73	9,4	5,31	6,7	3,78
Поточна КЗ за розрахунками із страхування	55,1	6,38	136	31,4	222,1	59,64	0	0	0	0
Поточна КЗ за розрахунками із оплати праці	38,3	4,43	0	0	0	0	9,8	5,54	5	2,82
Інші поточні зобов'язання	928,6	107,49	992,7	229,21	882,6	237	965,6	545,85	955,6	539,28
<b>Позичковий капітал</b>	<b>1112,6</b>	<b>128,79</b>	<b>1234,1</b>	<b>284,95</b>	<b>1184</b>	<b>317,94</b>	<b>1020,4</b>	<b>576,82</b>	<b>1002,9</b>	<b>565,97</b>
Баланс	863,9	100	433,1	100	372,4	100	176,9	100	177,2	100

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Аналізуючи пасиви підприємства, слід засвідчити переважання позикового капіталу, при цьому показник структури власного капіталу був від'ємний та становив 28,79% у 2018 році та знижується до рівня -465,97%. Зворотна динаміка у позикового капіталу значення структури якого зростає із 128,79% у 2018 році до рівня 565,97% у 2022 році. В структурі власного капіталу слід відмітити наявність зареєстрованого (пайового капіталу) та нерозподіленого збитку підприємства, а в структурі

позикового капіталу необхідно відмітити наявність поточної кредиторської заборгованості (за товари, роботи та послуги, розрахунками із бюджетом, страхування та оплати праці) та інших поточних зобов'язань. Найбільша питома вага в структурі позикового капіталу інших поточних зобов'язань. Саме за рахунок позикового капіталу фінансується формування та подальше використання активів.

Аналізуючи фінансові показники діяльності підприємства здійснимо дослідження фінансового стану підприємства. Перш за все здійснимо дослідження основних показників ліквідності (швидкість оборотності капіталу підприємства), представимо дані у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Показники ліквідності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+;-)	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022-2021	2022-2018
Абсолютна ліквідність	0,69	0,093	0,028	0	0	0	-0,69
Поточна ліквідність	0,731	0,315	0,287	0,153	0,162	0,009	-0,569
Швидка ліквідність	0,686	0,278	0,242	0,114	0,129	0,014	-0,557
Робочий капітал, тис. грн	-299	-845,8	-844,3	-864,4	-840,5	23,9	-541,5

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Досліджуючи показники ліквідності ПП «АМ Сервісенерго», необхідно відзначити негативну динаміку до їх зниження. Зокрема, показник абсолютної ліквідності знижується на 0,69 пунктів за весь досліджуваний період, при цьому значення показника було вище нормативного лише у 2018 році, в подальшому показник знижувався та був значно нижче нормативного значення (0,2 пункти).

Спостерігаємо зниження показника поточної ліквідності на 0,569 пункти, при цьому у 2018 році рівень ліквідності капіталу був достатньо високий та значення показника становило 0,731 пункти (вище нормативного показника 0,5), проте в подальшому показник знижувався до рівня 0,162 пункти у 2022 році.

Знижується значення показника швидкої ліквідності, відповідний показник у 2018 році становив 0,686 пункти та знижується до рівня 0,129 пунктів у 2022 році і знаходить нижче нормативного показника (0,3-0,4).

Від'ємним є робочий капітал (різниця між оборотними активами та поточними зобов'язаннями) підприємства.

Зниження ліквідності обумовлено зростанням поточних зобов'язань та швидким зниженням оборотних активів підприємства, при цьому практично підприємство згортає власну операційну активність, що впливає на результат і ділової активності, котра представлена у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Показники ділової активності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+;-)	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022-2021	2022-2018
Оборотність активів	1,254	4,397	3,658	1,634	0,161	-1,473	-1,093
Оборотність оборотного капіталу	1,331	4,905	4,010	1,853	0,175	-1,678	-1,156
Оборотність ДЗ	23,802	10,784	5,410	14,241	1,404	-12,837	-22,398
Оборотність КЗ	5,886	7,889	4,520	5,276	0,603	-4,673	-5,283
Оборотність запасів	0	0	52,319	104,071	74,437	-29,634	74,437
Оборотність власного капіталу	-4,355	-2,378	-1,678	-0,343	-0,035	0,308	4,320

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*



Починаючи із 2019 року, значно знижуються показники ділової активності, що обумовлено значним зниженням доходів від реалізації послуг досліджуваного підприємства. Зокрема, за весь досліджуваний період спостерігається зниження оборотності активів на 1,093 пункти, оборотності власного капіталу на 1,156 пункти. Різко знижується оборотність дебіторської та кредиторської заборгованостей, значення показників (коефіцієнтів) оборотності даних видів знижується на 22,398 пунктів та на 5,283 пункти відповідно.

Через збитковість оборотність власного капіталу від'ємна, що засвідчує неефективність його використання та необхідність реалізації заходів підвищення ділової активності у перспективному періоді.

Досліджуючи фінансову стійкість ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр., необхідно відзначити орієнтування підприємства на позиковий капітал, що відображено у таблиці 2.7.

Значення показника фінансової автономії через від'ємний показник власного капіталу від'ємна і становила у 2018 році -0,288 пункти, у 2020 році – -2,179 пункти та у 2022 році складала -4.66 пункти. Від'ємний показник власного капіталу обумовлений збитковістю підприємства та неефективністю фінансово-господарської діяльності підприємства. На противагу низької фінансової автономії зростає фінансова залежність даного підприємстві, відповідний показник становив 1,288 пунктів у 2018 році та зростає на 4,372 пункти до рівня 5,66 пункти у 2022 році. Низькими є показники маневреності власного капіталу та покриття запасів, що обумовлює відсутність ефективного використання оборотних засобів підприємства.

Таблиця 2.7 – Показники фінансової стійкості ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+;-)	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022-2021	2022-2018
Фінансова автономія	-0,288	-1,849	-2,179	-4,768	-4,660	0,109	-4,372
Фінансова залежність	1,288	2,849	3,179	5,768	5,660	-0,109	4,372
Коефіцієнт фінансового ризику	-4,474	-1,541	-1,459	-1,210	-1,215	-0,005	3,259
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,202	1,056	1,040	1,025	1,018	-0,007	-0,184
Коефіцієнт покриття запасів	0,	0	-40,787	-47,235	-45,929	1,306	-45,929

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Завершуючи дослідження показників фінансового стану, здійснимо аналіз показників рентабельності дані представимо у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Показники рентабельності ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+;-)	
	2018	2019	2020	2021	2022	2022-2021	2022-2018
Рентабельність активів, %	-42,15	-127,52	-2,85	-46,92	5,70	52,62	47,85
Рентабельність реалізації, %	-33,62	-29	-0,78	-28,71	35,44	64,15	69,06
Рентабельність господарської діяльності, %	-26,61	-24,82	-1,89	-48,88	87,83	136,71	114,43

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Результати дослідження засвідчують від'ємне значення усіх показників протягом 2018-2021 рр. через збитковість підприємства, у 2022 році підприємство отримувало чистий прибуток у розмірі 10,1 тис. грн, відповідно спостерігається прибутковість активів у розмірі 5,7%, реалізації у розмірі 35,44% та господарської діяльності 87,83%. Поряд із цим,

значення чистого прибутку є досить низьким та через згортання діяльності підприємства знижуються показники, які становлять розрахунку показників рентабельності. Відповідно, даний факт не повноцінно відображає діяльності підприємства, тому слід відзначити значні проблеми фінансово-господарської діяльності підприємства та необхідність їх скорішого вирішення, що буде представлено у розділі 3 даної кваліфікаційної роботи.

## **Висновки до розділу 2**

Узагальнюючи основні результати проведеного дослідження, необхідно відзначити наступне:

1. Об'єктом дослідження є діяльність ПП «АМ Сервісенерго», що реалізує діяльність у сфері обслуговування споживачів. Основними напрямками послуг даного підприємства є роботи, пов'язані із будівництвом, зокрема, приватне підприємство здійснює електромонтажні роботи, покрівельні роботи, інші спеціалізовані будівельні роботи. Результати аналізу основних показників господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» засвідчують негативні тенденції згортання основних операційних процесів на досліджуваному підприємстві, що відобразилося на низькій фінансовій автономності та орієнтуванні на позиковий капітал, від'ємне значення власного капіталу та значний нерозподілений збиток підприємства, який з року в рік зростає. Протягом усього періоду спостерігалася наявність дебіторської та кредиторської заборгованостей, поряд із цим їх рівень знижувався за рахунок погашення, проте зазначене не вплинуло позитивно на господарські процеси. Негативним є переважання розміру витрат господарської діяльності над доходами підприємства, що негативно вплинуло на узагальнюючий фінансовий результат діяльності підприємства – чистий збиток протягом 2018-2021 років, лише у 2022 році підприємство отримало прибуток у розмірі 10,1 тис.грн.

2. Досліджуючи макроекономічну ситуацію в Україні, необхідно відзначити, що повномасштабна війна в нашій країні суттєво вплинула на діяльність підприємств, в тому числі і ПП «АМ Сервісенерго», зокрема, зменшення обсягу ВВП, зниження іноземного інвестування, девальвація національної валюти та негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу вплинула на згортання економічних процесів в нашій країні, а як наслідок і на діяльність досліджуваного підприємства, яке знизило ефективність фінансово-господарської діяльності.

Дослідивши конкурентоспроможність та конкурентні позиції досліджуваного підприємства, необхідно відзначити найнижчий бал на ринку будівельних послуг – 49 балів. Зазначене обумовлено наступними чинниками: збитковістю підприємства та низькими показниками фінансового стану, відсутністю додаткового сервісу через згортання операційної активності підприємства, низькою диверсифікацією асортименту послуг та низькою ефективністю маркетингової збутової політики підприємства, підприємство неефективно використовує інноваційні технології в процесі обслуговування споживачів, що негативно впливає на структуру попиту.

3. Результати дослідження основних показників ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності підприємства засвідчують від'ємне значення усіх показників фінансового стану протягом 2018-2021 рр. через збитковість підприємства, у 2022 році підприємство отримувало чистий прибуток у розмірі 10,1 тис. грн, відповідно спостерігається прибутковість активів у розмірі 5,7%, реалізації у розмірі 35,44% та господарської діяльності 87,83%. Поряд із цим, значення чистого прибутку є досить низьким та через згортання діяльності підприємства знижуються показники, які становлять розрахунку показників рентабельності.

Починаючи із 2019 року, значно знижуються показники ділової активності, що обумовлено значним зниженням доходів від реалізації послуг досліджуваного підприємства.

Досліджуючи показники ліквідності ПП «АМ Сервісенерго», необхідно відзначити негативну динаміку до їх зниження. Підприємство орієнтується на позиковий капітал, про що свідчить від'ємний показник власного капіталу, що обумовлений збитковістю підприємства та неефективністю його фінансово-господарської діяльності підприємства.

## РОЗДІЛ 3

### МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПП «АМ СЕРВІСЕНЕРГО» У ПЕРСПЕКТИВНОМУ ПЕРІОДІ

#### **3.1 Реалізація бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності**

Сучасні, досить складні, умови розвитку підприємств в Україні визначають необхідність розробки та реалізації фінансові стратегії розвитку з врахуванням чинників військових подій (війни України із рф) та невизначеності (значних ризиків та загроз викликаних війною). Результати проведеного у другому розділі PEST та SWOT-аналізу визначили найбільш ризикові для досліджуваного підприємства обставини, зокрема:

- мікрорівень (на рівні досліджуваного підприємства): слабка фінансова база, незначна кількість послуг, застарілі підходи управління, відсутність стратегії розвитку, зростання кількості конкурентів, зниження якості послуг, зниження іміджу підприємства на ринку, збитковість підприємства;

- макрорівень (політичні, економічні, соціальні, демографічні чинники): війна із рф, високий рівень інфляції, скорочення доходів споживачів, дефіцит державного бюджету, масштабна релокація бізнесу, зростання соціальних вимог населення, зростання соціальної напруженості, міграція населення, скорочення чисельності населення в регіоні.

Зазначені чинники впливу обумовлюють необхідність пошуку дієвих рішень для виходу із проблемної ситуації та формування орієнтирів стратегічного розвитку ПП «АМ Сервісенерго». Одним із таких рішень, щодо виходу із даної ситуації є побудова бізнес-стратегії (моделі) розвитку

підприємства із врахуванням можливих чинників фінансової нестабільності.

Одним із найбільш простих та дієвих інструментів візуалізації бізнес-стратегії підприємства є канва бізнес-моделі (Business Model Canvas). Безсумнівною перевагою Business Model Canvas є її оригінальне графічне рішення, а саме матричний шаблон (канва).

Business Model Canvas – це потужний інструмент для бізнес-моделювання та інновацій на рівні менеджерів вищої ланки. Її потенціал полягає в тому, що вона може охопити повний набір найголовніших елементів бізнес-моделювання. Тобто, вона виражає їх за допомогою візуалізації та простими схемами, дозволяючи менеджерам «створити бізнес-модель на одному аркуші формату А4» [5].

Основними напрямками аналізу; враховуючи можливості Business Model Canvas, стануть: ключові партнери, ключові види діяльності, ключові ресурси, ціннісна позиція, відносини із клієнтами, канали просування послуг, сегменти споживачів, структура витрат, надходження доходів.

Основна мета побудови даної моделі із врахуванням ключових напрямів Business Model Canvas – визначення перспектив соціально-економічного зростання ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності та можливості продовження війни України із рф.

Розглянемо ключові напрями аналізу:

1. Ключові партнери включають:

– постачальників матеріалів і обладнання: ПП «АМ Сервісенерго» може співпрацювати з надійними постачальниками, які забезпечать необхідні матеріали та обладнання для будівельних робіт;

– фінансових партнерів або інвесторів: якщо підприємству потрібні додаткові фінансові ресурси для розвитку, важливо встановити партнерство з інвесторами або банками, які дадуть необхідний капітал;

– партнери у сфері маркетингу та реклами: для просування послуг і привертання клієнтів можна співпрацювати з маркетинговими агентствами, рекламними партнерами або спеціалізованими консультантами з маркетингу та реклами;

– потенційні підпорядковані підприємства або підрядники: якщо підприємство не може виконати всі роботи самостійно, можливо, варто співпрацювати з підрядниками або спеціалізованими компаніями для виконання певних завдань;

– органи державного регулювання: важливо враховувати вимоги та стандарти, які накладаються державними органами на будівельну діяльність, і підтримувати відносини з відповідними регуляторами та інспекторами.

Залежно від потреб та стратегії підприємства, важливо обирати та підтримувати співпрацю з ключовими партнерами для успішного розвитку бізнесу в галузі обслуговування споживачів у будівельній сфері.

## 2. Ключові види діяльності:

– електромонтажні роботи: діяльність, яка включає в себе установку, ремонт та обслуговування електричних систем та обладнання. Це може охоплювати проведення електропроводки, встановлення електричних приладів, розподільних коробок та інше;

– покрівельні роботи: будівництво та ремонт покрівель є важливою частиною будівельної діяльності. Це може включати в себе встановлення, ремонт або заміну покрівельного матеріалу, гідроізоляцію та інші роботи, пов'язані з покрівлею будівель;

– інші спеціалізовані будівельні роботи: розділ охоплює різноманітні інші види будівельних робіт, такі як реконструкція будівель, внутрішні обробки, установка санітарно-технічного обладнання, систем опалення та кондиціонування повітря, а також інші спеціалізовані послуги, пов'язані з будівництвом.

Зазначені ключові види діяльності визначають сферу діяльності ПП



«АМ Сервісенерго» і є основою для надання послуг споживачам у будівельній галузі. У розвитку бізнесу важливо зосередитися на якості та ефективності виконання цих видів робіт, а також розглянути можливість розширення послуг та пошуку нових способів розвитку.

### 3. Ключові види ресурсів підприємства:

- кваліфікована робоча сила: в наявності повинні бути кваліфіковані працівники, такі як електрики, покрівельники та інші фахівці, які здатні виконувати роботи відповідно до стандартів та вимог клієнтів;

- обладнання і інструменти: для виконання будівельних робіт потрібне спеціалізоване обладнання, інструменти та технічні засоби. Це може включати в себе електроінструмент, будівельну техніку, покрівельні матеріали та інше;

- фінансові ресурси: підприємство повинно мати фінансові ресурси для покриття витрат на оплату праці, закупівлю матеріалів, рекламу та інші види витрат;

- технології та процеси: розробка та вдосконалення технологій та будівельних процесів може покращити продуктивність та якість послуг;

- матеріали та постачальники: для здійснення будівельних робіт потрібно постачання будівельних матеріалів. Співпраця з надійними постачальниками та наявність необхідних матеріалів є ключовими напрямками;

- організаційна структура: внутрішня організаційна структура підприємства, включаючи менеджмент та управління, є важливим ресурсом для координації діяльності та досягнення стратегічних цілей;

- інформаційні системи: використання сучасних інформаційних систем і програмного забезпечення може покращити управління бізнесом, збільшити продуктивність та підвищити якість обслуговування клієнтів.

Збалансований набір цих ключових ресурсів є важливим для успішної діяльності підприємства в будівельній галузі. ПП «АМ

Сервісенерго» повинно вміло управляти цими ресурсами, щоб забезпечити ефективне функціонування та задоволення потреб клієнтів.

4. Ціннісна позиція даного підприємства виступає основним елементом побудови бізнес-моделі оскільки послуги підприємства мають високу споживчу цінність для споживачів (фізичних осіб, підприємств, державних органів місцевої влади). Підприємство вирішує найбільш нагальні потреби споживачів та забезпечує якісне та швидко реалізацію послуг у сфері електромонтажного обслуговування, здійснення покрівельних робіт, реалізації інших спеціалізованих будівельних робіт.

#### 5. Відносини із клієнтами.

Відносини із клієнтами є критично важливим аспектом бізнесу ПП «АМ Сервісенерго», оскільки успіх підприємства в значній мірі залежить від задоволеності та лояльності клієнтів. Для побудови ефективних відносин із клієнтами, рекомендується враховувати наступні аспекти:

- слухання та розуміння потреб клієнтів: важливо активно слухати клієнтів, вивчати їх потреби та очікування. По можливості проводити опитування та отримувати фідбек для поліпшення послуг;

- надання високоякісних послуг: якість виконаних робіт є ключовим фактором для задоволення клієнтів. Прагніть до високого стандарту виконання і постійно вдосконалюйте свої процеси;

- вчасна відповідь на запити та питання: необхідно забезпечувати швидко та ефективну комунікацію з клієнтами, відповідаючи на їхні запити, запитання та звернення.

- післяпродажний сервіс: після завершення будівельних робіт продовжуйте взаємодію з клієнтами, слідкуйте за якістю робіт та готовністю виправляти будь-які недоліки.

- збільшення лояльності клієнтів: важливо розглянути можливості впровадження програм лояльності, знижок або бонусів для постійних клієнтів.

– індивідуальний підхід: важливо спробувати розробити індивідуальні рішення для кожного клієнта, враховуючи його потреби та вимоги.

– розвиток довгострокових відносин: необхідно орієнтувати увагу на створення довгострокових відносин з клієнтами, не тільки на одноразових угодах.

Вдосконалення відносин із клієнтами допоможе ПП «АМ Сервісенерго» зберегти і розширити клієнтську базу, підвищити рівень задоволеності клієнтів і покращити репутацію бренду. Це сприятиме збільшенню прибутковості та успішності бізнесу.

#### 6. Канали просування послуг.

Визначення ефективних каналів просування послуг для підприємства ПП АМ «Сервісенерго» є ключовим завданням для залучення нових клієнтів та збереження існуючих. Ось декілька можливих каналів просування послуг у будівельній галузі:

– інтернет-присутність: створення і підтримка веб-сайту, на якому представлені послуги, портфоліо проектів та контактна інформація, допоможе залучити клієнтів через онлайн-пошук;

– соціальні мережі: активна участь в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, LinkedIn, може допомогти підприємству показати свої роботи, отримати відгуки клієнтів та залучити нових клієнтів.

– реклама в місцевих ЗМІ: розміщення рекламних оголошень у місцевих газетах, радіо чи телебаченні може допомогти звернути увагу місцевої аудиторії;

– участь у виставках та будівельних ярмарках: участь в виставках і виставкових заходах у сфері будівництва може допомогти підприємству знайти нових клієнтів та партнерів;

– рекомендації та референси: позитивні відгуки та референси від задоволених клієнтів можуть бути сильним інструментом просування послуг;

–Інтернет-реклама: використання цільової реклами в Інтернеті, такої як Google Ads або соціальна реклама, допоможе залучити цільову аудиторію.

–прямий маркетинг: відвідування підприємцями офісів та об'єктів для особистого знайомства, презентації послуг та вибудовування відносин може бути ефективним способом залучення клієнтів.

Кожен канал має свої переваги та недоліки, і вибір залежить від цільової аудиторії, бюджету та стратегії бізнесу. Зазвичай, комбінування декількох каналів може бути найефективнішим підходом. Важливо також вимірювати результати кожного каналу та аналізувати їх для постійного вдосконалення стратегії просування.

#### 7. Аналіз структури витрат.

Аналіз структури витрат допоможе ПП «АМ Сервісенерго» краще розуміти, на що витрачаються фінансові ресурси і як можна оптимізувати витрати для покращення фінансової стійкості. Аналіз складових витрат дозволить ідентифікувати можливість раціоналізації та оптимізації витрат для підвищення прибутковості і фінансової стабільності підприємства. Важливо також вести облік витрат та регулярно оцінювати їх вплив на фінансовий стан бізнесу.

#### 8. Надходження доходів.

Реалізація бізнес-моделі дасть можливість наростити клієнтську базу, диверсифікувати асортимент послуг та підвищити їх якість, тим самим забезпечивши зростання дохідності бізнесу та збільшення розмірів прибутків досліджуваного ПП «АМ Сервісенерго» у стратегічній перспективі. Результати представленої бізнес-моделі розвитку підприємства узагальнимо на рис. 3.1.



Рисунок 3.1 – Business Model Canvas для ПП «АМ Сервісенерго»

Джерело: розроблено автором

Отже, формування бізнес-моделі розвитку ПП «АМ Сервісенерго» містить розгляд різних аспектів діяльності підприємства і визначення ключових параметрів, які впливають на ефективність та стійкість бізнесу. Візуально ця модель може бути представлена у формі канви бізнес-моделі (Business Model Canvas), яка допомагає керівництву і працівникам чітко розуміти, які аспекти діяльності даного підприємства потребують уваги і контролю. Дана бізнес-модель дозволяє управлінському персоналу підприємства відстежувати баланс між різними аспектами діяльності підприємства та приймати узгоджені рішення щодо подальшого розвитку. Після визначення зазначених параметрів, необхідно встановити конкретні метрики для кожного із них і постійно здійснювати їх моніторинг, щоб

забезпечити збалансований розвиток підприємства та досягнення стратегічних цілей.

### **3.2 Напрями забезпечення зростання конкурентних переваг підприємства на локальному ринку**

У розділі 2 даного дослідження здійснено оцінку конкурентних позицій ПП «АМ Сервісенерго» на локальному ринку та визначено низьку конкурентоспроможність підприємства, що обумовлено рядом чинників, зокрема:

- недостатня диверсифікація асортименту послуг, орієнтування виключно на електромонтажні та покрівельні роботи, інші сервісні роботи, хоча спектр послуг можна розширяти пропонуючи додаткові послуги та орієнтуючись на поточні вимоги ринку;

- відсутність ефективної системи просування послуг із використанням новітнього маркетингового інструментарію та нових технологій просування. Реалізація комплексу маркетингу дасть нових споживачів послуг, розширить межі функціонування підприємства, забезпечить зростання доходів та показників фінансового стану підприємства;

- необхідність впровадження додаткового сервісу або післясервісного обслуговування за оплату, що дасть можливість підняти якість послуг, забезпечити додаткові види робіт та стимулювати конкурентоспроможність ПП «АМ Сервісенерго» у стратегічній перспективі;

- наслідком неефективної маркетингової політики та неефективної побудови маркетингового комплексу даного підприємства стала його збитковість протягом, практично, усього досліджуваного періоду та, відповідно, низькі показники фінансового стану.

Зростання конкурентних позицій та посилення конкурентоспроможності підприємства вбачаємо у реалізації

маркетингової програми підприємства із акцентуванням уваги на якість послуг та помірні ціни на зазначені види робіт, також важливо диверсифікувати асортиментний портфель підприємства, що розширить палітру послуг та дасть можливість акцентувати увагу на більш прибуткових різновидах його діяльності.

Протягом досліджуваного періоду важливі маркетингові заходи не проводилися, лише подавалася реклама у місцевих засобах інформації (місцевій газеті), що, в сучасних умовах, не є дієвим інструментом маркетингового комплексу. Відповідно, нами пропонується акцентувати увагу на наступних складових маркетингового комплексу ПП «АМ Сервісенерго» (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Пропонований маркетинговий інструментарій ПП «АМ Сервісенерго» у 2024 році

Стаття	Період проведення	Сума витрат, тис. грн	% загального обсягу
1	2	3	4
	<b>Реклама</b>		
Реклама у засобах масової інформації	Березень-квітень, червень-серпень	160	16%
Банерна реклама в Інтернеті	Протягом року	100	20%
Реклама у он-лайн бізнес-довідниках	Протягом року	50	0,5%
Реклама у довідниках та спеціалізованих журналах	Березень, травень, липень, вересень, листопад	140	14%
Соціальні мережі та реклама блогерів	Протягом року	145	14,5%
Створення офіційного сайту	Березень-травень	100	10%

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
<b>Стимулювання збуту</b>			
Знижки на асортимент нових послуг	Протягом року	25	2,5%
Знижки на комплексні роботи	Протягом року	35	3,5%
<b>Інші заходи</b>			
Спонсоринг	Протягом року	125	12,5%
Благодійні акції	Квітень-травень	120	12%
<b>ВСЬОГО</b>		<b>1000</b>	

Джерело: розроблено автором

Загальний розмір витрат на активізацію маркетингово інструментарію становитиме у 2024 році – 1000 тис. грн, причому значна частка витрат орієнтуватиметься на рекламу продукції (ЗМІ, соціальні мережі, блогери, офіційний сайт, бізнес- довідники) – 67,5% від загального розміру витрат; стимулювання збуту – 6%; інші маркетингові заходи – 24,5%.

Використання маркетингового інструментарію повинне бути реалізовано разом із новим асортиментним рядом послуг, оскільки забезпечуватиметься медійна підтримка інноваційних послуг ПП «АМ Сервісенерго». Зокрема, пропонуємо:

– здійснювати послуги генерального підряду (запуск процесу будівництва, погодження бюджету проєкту, документальний супровід процесу будівництва, контроль строків будівництва, участь у введенні будівництва в експлуатацію). Реалізація даних заходів не вимагає значних капіталовкладень, основним ресурсом виступають знання та налагоджені зв'язки із державними органами управління. Відповідно залучивши експертів можна швидко та якісно реалізовувати підрядні роботи, сприяючи швидкій побудові об'єкта та здачу його в експлуатацію. При цьому, великою перевагою стане можливість отримання додаткових



замовлень на діючі послуги в процесі реалізації будівництва об'єктів;

– розширити асортимент послуг за рахунок впровадження різновидів загальнобудівельних робіт, зокрема здійснювати не складні і доступні для даного підприємства роботи не залучаючи додаткових спеціалістів, а саме: підготовка території до початку будівництва; проведення інженерних мереж; земляні роботи, риття котлованів та пробивання свердловин, благоустрій території;

– реалізовувати внутрішні оздоблювальні роботи (оскільки на підприємстві існують фахівці, які можуть їх реалізовувати), внутрішнє оздоблювання (облицювальні роботи, малярні та оздоблювальні роботи) та зовнішнє оздоблення (роботи орієнтовані на фасад будівлі). Дані роботи хоча й об'ємні, проте найбільш оплачувані (рентабельні) і досить популярні на регіональному ринку.

Відповідно, слід акцентувати увагу на саме дані види робіт, що дасть можливість, за рахунок них доходність підприємства в стратегічній перспективі. Сплануємо доходи, котрі можуть бути отримані ПП «АМ Сервісенерго» у 2024 році.

Досліджуючи планові показники, слід відзначити, що, починаючи із березня місяця, коли планується активне впровадження маркетингових заходів, підприємство отримуватиме доходи від реалізації нових послуг (підрядних робіт, загальнобудівельних та оздоблювальних послуг). Найбільш розмір доходу планується отримати від оздоблювальних робіт – 1498 тис. грн, а також від виконання загальнобудівельних робіт. Реалізація та розширення спектру послуг дадуть можливість отримати дохід від реалізації послуг у 2024 році на рівні 3333 тис. грн, що значно більше ніж у попередніх періодах.

Таблиця 3.2 – Обсяг послуг, які реалізовуватимуться на ПП «АМ Сервісенерго» у 2024 плановому році, тис. грн

Основні роботи	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Електромонтажні	25	25	20	25	30	30	40	30	30	20	25	20	320
Покрівельні	40	40	40	40	30	30	40	30	30	40	30	30	420
Інші сервісні	15	15	20	15	15	20	15	20	15	15	15	15	195
Підрядні	0	0	30	40	40	30	60	70	50	50	40	30	440
Загальнобудівельні	0	0	30	40	50	50	60	70	40	50	40	30	460
Оздоблювальні	0	0	115	120	135	177	200	156	165	170	130	130	1498
Всього	80	80	255	280	300	337	415	376	330	345	280	255	3333

Джерело: самостійна розробка автора на основі планових даних підприємства

Структуру виконання робіт у плановому 2024 році представимо на рис. 3.2.

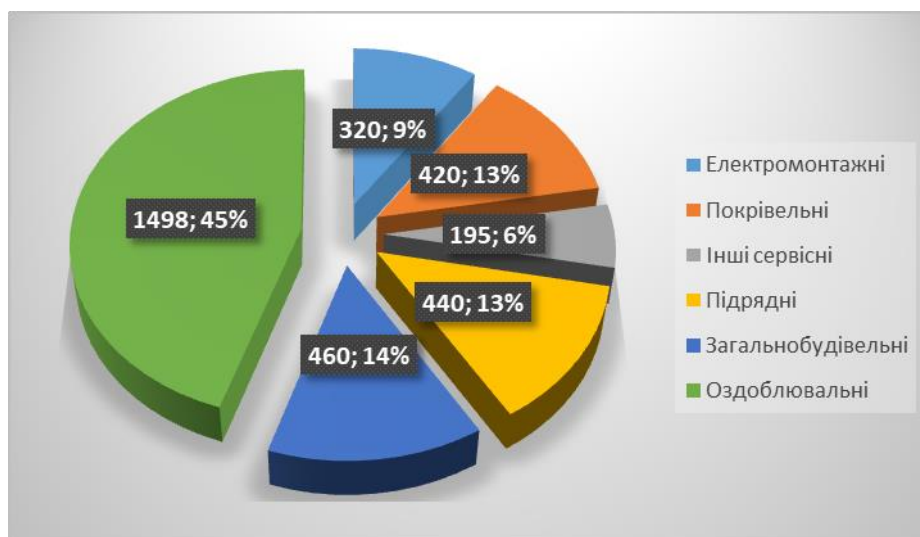


Рисунок 3.2 – Структура виконання робіт на ПП «АМ Сервісенерго» у 2024 плановому році

Джерело: самостійна розробка автора на основі планових даних підприємства

На наш погляд, саме розширення асортименту надання послуг та посилення використання маркетингового інструментарію дадуть синергетичний ефект у вигляді зростання доходності, оптимізації витрат та значного зростання фінансових результатів у стратегічному періоді.

Відповідно, здійснимо економічне обґрунтування запропонованих вище заходів.

Таким чином, доходи від різних видів діяльності підприємства становитимуть:

$$Д = 320 + 420 + 195 + 440 + 460 + 1498 = 3333 \text{ тис. грн.}$$

Основні витрати будуть пов'язані із маркетинговими заходами – 1000 тис. грн, оплатою праці персоналу – 1250 тис. грн, витратами на реалізацію послуг – 200 тис. грн.

Загальний розмір витрат у прогностному періоді становитиме:

$$В = 1000 + 1250 + 200 = 2450 \text{ тис. грн.}$$

Прибуток до оподаткування на ПП «АМ Сервісенерго» у 2024 плановому році становитиме:

$$ПО = 3333 - 2450 = 883 \text{ тис. грн.}$$

Чистий прибуток становитиме:

$$ЧП = 883 - 159 = 724 \text{ тис. грн.}$$

Відповідно, ПП «АМ Сервісенерго» у плановому 2024 році може отримати чистий прибуток у розмірі 724 тис. грн, при цьому рентабельність інвестування коштів у посилення маркетингового інструментарію становитиме:

$$IP = 3333 / 1000 = 3,33 \text{ пункти}$$

Отже, на 1 грн інвестованих у маркетинг коштів підприємство отримуватиме 3,33 грн додаткових надходжень, що економічно вигідно, при цьому чиста рентабельність реалізації проєкту становитиме:

$$R_{г.д.} = 724/2450 = 29,6\% \text{ (рентабельність господарської діяльності).}$$

Таким чином, управлінському персоналу підприємства слід запропонувати активно використовувати різносторонній маркетинговий інструментарій (рекламу, засоби стимулювання збуту, спонсоринг, благодійній акції), що дасть можливість збільшити реалізацію послуг, а також слід диверсифікувати портфель послуг, зокрема, пропонуємо акцентувати увагу на нові види послуг, які є досить популярними на місцевому ринку будівельних послуг (виконувати підрядні, загальнобудівельні та оздоблювальні роботи). Результати розрахунків засвідчили потенційний економічний ефект від впровадження заходів за рахунок зростання розміру доходів, забезпечення чистого прибутку та високих показників рентабельності реалізації господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» у стратегічній перспективі.

### **3.3 Обґрунтування інвестиційного проєкту оновлення основного капіталу підприємства**

Як нами запропоновано у попередніх параграфах, стратегічні перспективи ПП «АМ Сервісенерго» повинні орієнтуватися на побудову нової бізнес-моделі розвитку підприємства, акцентуванні уваги на диверсифікацію асортименту послуг та формування нового маркетингового інструментарію просування послуг (робіт) даного підприємства. Поряд із цим, в контексті урізноманітнення реалізації послуг та робіт підприємства, пропонуємо оновити виробничий потенціал підприємства, який дасть можливість виконувати запропоновані вище

послуги. Інвестиційний проєкт пропонується реалізовувати у наступній послідовності (рис. 3.3).

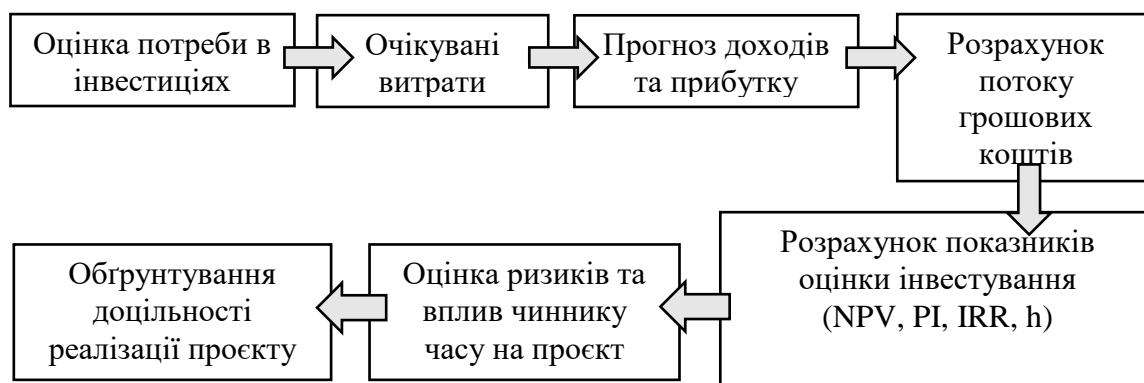


Рисунок 3.3 – Основні етапи реалізації інвестиційного проєкту ПП «АМ Сервісенерго»

*Джерело: розроблено автором*

Розглянемо декілька альтернативних інвестиційних проєктів розвитку ПП «АМ Сервісенерго» (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4 – Планові показники реалізації інвестиційних проєктів, запропонованих для реалізації на ПП «АМ Сервісенерго»

Роки	Інвестиційний проєкт 1					Інвестиційний проєкт 2				
	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
Інвестиційні витрати, тис. грн.	1295	-	-	-	-	1120	-	-	-	-
Грошові надходження, тис. грн.	0	528	640	771	816	0	506	655	739	883
Експлуатаційні витрати, тис. грн.	0	62,8	83,4	93,3	103,2	0	62,1	82,3	102,7	122,7
Чисті грошові надходження, тис. грн.	-1295	465,2	556,6	677,7	712,8	-1120	443,9	572,7	636,3	760,3
Ставка дисконтування, %	-	24	24	24	24	-	24	24	24	24

*Джерело: розроблено автором*

Інвестиційний проєкт 1 (інвестиційні витрат становитимуть 1295 тис. грн) орієнтований на закупівлю обладнання для реалізації загальнобудівельних робіт (затиральні машини, віброплити, вібротрамбовки, швонарізники, глибинні та майданчикові вібратори). Планова сума інвестиційних витрат становить 1295 тис. грн. Проєкт розрахований на 4 роки реалізації, при цьому заплановано доходи від його реалізації становитимуть: 1 рік – 528 тис. грн, 2 рік – 640 тис. грн, 3 рік – 771 тис. грн і 4 рік – 816 тис. грн.

Чисті грошові надходження внаслідок реалізації проєкту буду зростати через збільшення обсягу реалізації послуг даного підприємства і становитимуть: 1 рік – 465,2 тис. грн, 2 рік – 556,6 тис. грн, 3 рік – 677,7 тис. грн та 4 рік – 712,8 тис. грн. Ставка дисконтування, що враховує чинники впливу на реалізацію проєкту змінюватиметься із 20% протягом першого року реалізації проєкту до рівня 24% четвертий рік його реалізації.

Інвестиційний проєкт 2 (інвестиційні витрат становитимуть 1120 тис. грн) орієнтований на реалізацію оздоблювальних робіт та закупівлю необхідного обладнання для здійснення даного виду робіт. Зокрема, планується купівля за рахунок інвестиційного кредиту (штукатурно-шпаклівна станція, фарбувальна станція, пістолет розпилювач високого тиску, шліфувальна машина, машинка для заливання та вирівнювання стяжки). Інвестиційні витрати на реалізацію даного виду робіт становлять 1120 тис. грн, а чисті грошові надходження внаслідок реалізації даного проєкту становитимуть: 1 рік – 443,9 тис. грн, 2 рік – 572,7 тис. грн, 3 рік – 636,3 тис. грн та 4 рік – 760,3 тис. грн.

Планується постійне зростання доходів за рахунок впровадження нових видів робіт та активізації маркетингового інструментарію підприємства.

При реалізації обчислення чистого грошового потоку враховуються витрати, пов'язані з експлуатацією нового обладнання, при цьому суми

цих витрат враховуються на рівні експлуатаційних витрат для аналогічного обладнання. Для дисконтування майбутніх потоків коштів використовується ставка дисконту на рівні 20-24%, яка відображає темп інфляції в Україні.

Розрахунки будуть засновані на традиційному методі оцінки ефективності інвестиційних проєктів, і характеристика показників цього методу наведена в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Показники оцінки ефективності реалізації інвестиційних проєктів

Показник	Формула обчислення	Критерій оптимальності
Чистий приведений доход (NPV), тис. грн	$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} - I$	$> 0$
Індекс дохідності (PI)	$PI = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} \div I$	$> 1$
Внутрішня норма дохідності (IRR)	$IRR = r_1 + \frac{NPV_1 \times (r_2 - r_1)}{NPV_1 - NPV_2}$	$> r$
Термін окупності, років (h)	$\sum_{i=0}^h \frac{R_i}{(1+r)^i} = I$	$\leq T_{ЕВ}$

Джерело: складено автором на основі [38, с. 109]

Використовуючи засоби MS Excel, розраховуємо показники, які характеризують ефективність проєкту 1 (рис. 3.4 та 3.5).

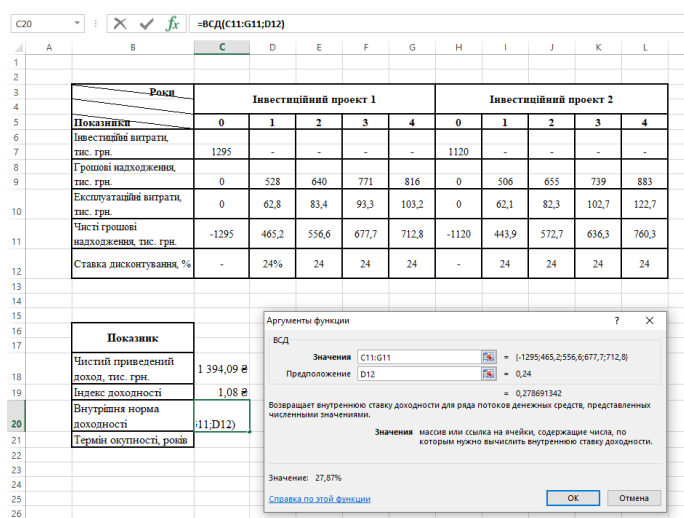


Рисунок 3.4 – Визначення показників ефективності (NPV, PI, IRR, h) інвестиційного проєкту 1 засобами MS Excel

Джерело: розроблено автором

		Інвестиційний проєкт 1					Інвестиційний проєкт 2				
Показник	0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
Інвестиційні витрати, тис. грн.	1295	-	-	-	-	1120	-	-	-	-	
Грошові надходження, тис. грн.	0	528	640	771	816	0	506	655	739	883	
Експлуатаційні витрати, тис. грн.	0	62,8	83,4	93,3	103,2	0	62,1	82,3	102,7	122,7	
Чисті грошові надходження, тис. грн.	-1295	465,2	556,6	677,7	712,8	-1120	443,9	572,7	636,3	760,3	
Ставка дисконтування, %	-	24%	24	24	24	-	24%	24	24	24	
		375,16	361,99	355,45	301,50		357,98	372,46	333,73	321,59	
		-919,84	-557,85	-202,40	99,09		-762,02	-389,55	-55,82	265,77	
Показник	Чистий приведений дохід, тис. грн.	1 394,09 ₪				Показник	Чистий приведений дохід, тис. грн.	1 385,77 ₪			
	Індекс доходності	1,08 ₪					Індекс доходності	1,24 ₪			
	Внутрішня норма доходності	27,87%					Внутрішня норма доходності	35,54%			
	Термін окупності, років	3 роки 8 міс.					Термін окупності, років	3 роки 2 міс.			

Рисунок 3.5 – Визначення показників ефективності (NPV, PI, IRR, h) інвестиційного проєкту 2 засобами MS Excel

Джерело: самостійна розробка автора

Зведені результати розрахунків ефективності реалізації інвестиційних проєктів представимо у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Порівняння ефективності проєктів оновлення основного капіталу ПП «АМ Сервісенерго»

Показник	Інвестиційний проєкт №1		Інвестиційний проєкт №2		Різниця (№2) / (№1)
	Розрахунок	Значення	Розрахунок	Значення	
Чистий приведений дохід, тис. грн.	$-1295 + \frac{465}{(1+0,24)} + \frac{556,6}{(1+0,24)^2} + \frac{677,7}{(1+0,24)^3} + \frac{712,8}{(1+0,24)^4}$	1394,09 тис. грн	$-1120 + \frac{443,9}{(1+0,24)} + \frac{572,7}{(1+0,24)^2} + \frac{636,3}{(1+0,24)^3} + \frac{760,3}{(1+0,24)^4}$	1385,77 тис. грн	8,33 тис. грн
Індекс доходності	$\frac{1394,09}{1295}$	1,08 пункт	$\frac{1385,77}{1120}$	1,24 пункт	0,16 пункт
Внутрішня норма доходності	$0,24 + \frac{1394,09 \times (0,3 - 0,24)}{1394,09 - (-159,54)}$	27,87%	$0,24 + \frac{1385,77 \times (0,31 - 0,24)}{1385,77 - (-185,33)}$	35,54%	7,67%
Термін окупності, років	$3 + \frac{202,4}{301,5} * 12$	3 роки 8 міс.	$3 + \frac{55,82}{321,59} * 12$	3 роки 2 міс.	-6 міс.

Джерело: розроблено автором



Результати проведеного аналізу засвідчують ефективність реалізації інвестиційного проєкту 2, орієнтованого на реалізацію оздоблювальних робіт і закупівлю необхідного обладнання для здійснення даного виду робіт. Зокрема, планується купівля за рахунок інвестиційного кредиту (штукатурно-шпаклівна станція, фарбувальна станція, пістолет розпилувач високого тиску, шліфувальна машина, машинка для заливання та вирівнювання стяжки).

Розрахункові показники інвестиційного проєкту 2 більші, ніж інвестиційного проєкту 1, зокрема: чистий приведений дохід становить 1385,77 тис. грн і більший на 8,33 тис. грн, ніж проєкту 1, індекс доходності складає 1,24 пункти та більший на 0,16 пунктів, внутрішня норма доходності становить 35,54% і більша на 7,67%, а період окупності менший на 6 місяців та складає 3 роки та 2 місяці. В цілому, запропонований інвестиційний проєкт 2 більш економічно вигідний за розрахунковий інвестиційний проєкт 1.

Визначимо ризики реалізації двох інвестиційних проєктів досліджуваного підприємства, результати дослідження представимо у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Оцінка ризиків інвестиційного проєкту ПП «АМ Сервісенерго»

Сценарій	Інвестиційний проєкт №1		Інвестиційний проєкт №2	
	Імовірність настання сценарію	<i>NPV</i> , тис. грн	Імовірність настання сценарію	<i>NPV</i> , тис. грн
Дуже несприятливий	0,20	850	0,20	810
Несприятливий	0,10	1000	0,10	1020
Задовільний	0,30	1100	0,30	1170
Сприятливий	0,25	1300	0,25	1290
Дуже сприятливий	0,15	1394,09	0,15	1385,77

*Джерело: розроблено автором*

Визначимо коефіцієнт варіації для інвестиційного проекту 1, при цьому врахуємо, що чим більше значення коефіцієнта варіації, тим вищий рівень ризику проекту: якщо  $\eta < 0,3$  – ризик допустимий; якщо  $0,3 < \eta < 0,6$  – ризик критичний; якщо  $\eta > 0,6$  – ризик катастрофічний.

Середньозважене значення  $NPV$  становитиме:

$$NPV_{\text{сер}} = 850 \times 0,2 + 1000 \times 0,1 + 1100 \times 0,3 + 1300 \times 0,25 + 1394,09 \times 0,15 = \\ = 1134 \text{ тис. грн}$$

Середньоквадратичне відхилення  $NPV$  становитиме:

$$\sigma = \sqrt{(850 - 1134)^2 \cdot 0,2 + (1000 - 1134)^2 \cdot 0,1 + (1100 - 1134)^2 \cdot 0,3 + (1300 - 1134)^2 \cdot 0,25 + (1394,09 - 1134)^2 \cdot 0,15} \approx \\ \approx 187,90 \text{ тис. грн.}$$

Коефіцієнт варіації становитиме:

$$\eta_1 = \frac{187,90}{1134} = 0,1656.$$

Результати засвідчують те, що ризик реалізації проекту 1 є допустимим, відповідно можна приймати ризик для управління та контролювання в процесі реалізації проекту.

Ідентично визначимо коефіцієнт варіації для інвестиційного проекту 2.

Середньозважене значення  $NPV$  становитиме:

$$NPV_{\text{сер}} = 810 \times 0,2 + 1020 \times 0,1 + 1170 \times 0,3 + 1290 \times 0,25 + 1385,77 \times 0,15 = \\ = 1145 \text{ тис. грн}$$

Середньоквадратичне відхилення  $NPV$  становитиме:

$$\sigma = \sqrt{(810 - 1145)^2 \cdot 0,2 + (1020 - 1145)^2 \cdot 0,1 + (1170 - 1145)^2 \cdot 0,3 + (1290 - 1145)^2 \cdot 0,25 + (1385,77 - 1145)^2 \cdot 0,15} \approx \\ \approx 195,31 \text{ тис. грн.}$$

Коефіцієнт варіації становитиме:

$$\eta_2 = \frac{195,31}{1145} = 0,1703.$$

Результати дослідження засвідчують те, що ризик реалізації проекту 2 є допустимим, відповідно можна приймати ризик для управління та контролювання в процесі реалізації проекту.

Таким чином, найбільш економічно вигідним є реалізація проекту здійснення оздоблювальних робіт та закупівлю необхідного обладнання для здійснення даного виду робіт. Зокрема планується купівля за рахунок інвестиційного кредиту наступного обладнання: штукатурно-шпаклівна станція, фарбувальна станція, пістолет розпилювач високого тиску, шліфувальна машина, машинка для заливання та вирівнювання стяжки.

Економічне обґрунтування проекту засвідчує його ефективність, а саме чистий приведений дохід становитиме 1385,77 тис. грн, індекс рентабельності проекту складатиме 1,24 пункти, внутрішня норма доходності становитиме 35,54%, а період окупності проекту складатиме 3 роки та 2 місяці. При цьому ризики реалізації проекту є низькими (коефіцієнт варіації становить 0,1703), що засвідчують те що ризик реалізації проекту 2 є допустимим, відповідно можна приймати ризик для управління та контролювання в процесі реалізації проекту.

### **Висновки до розділу 3**

Узагальнюючи основні результати проведеного дослідження, необхідно відзначити наступне:

1. Пропонуємо реалізувати бізнес-модель розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності із використанням Business Model Canvas. В цілому, формування бізнес-моделі розвитку включає в себе розгляд різних аспектів діяльності підприємства і

визначення ключових параметрів, які впливають на ефективність та стійкість бізнесу.

Візуальне представлення цієї моделі може бути представлене у формі канва бізнес-моделі (Business Model Canvas), яка допомагає керівництву і працівникам чітко розуміти, які аспекти діяльності даного підприємства потребують уваги і контролю. Дана бізнес-модель дозволяє управлінському персоналу підприємства відстежувати баланс між різними аспектами діяльності підприємства та приймати узгоджені рішення щодо подальшого розвитку.

2. Управлінському персоналу ПП «АМ Сервісенерго» необхідно активно використовувати різносторонній маркетинговий інструментарій (рекламу, засоби стимулювання збуту, спонсоринг, благодійні акції), що дасть можливість збільшити реалізацію послуг, а також слід диверсифікувати портфель послуг, зокрема пропонується акцентувати увагу на нові види послуг, які є досить популярними на місцевому ринку будівельних послуг (виконувати підрядні, загальнобудівельні та оздоблювальні роботи).

Результати розрахунків засвідчили потенційний економічний ефект від впровадження заходів за рахунок зростання розміру доходів, забезпечення чистого прибутку та високих показників рентабельності реалізації господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» у стратегічній перспективі.

3. Реалізувати із двох альтернативних проєктів – інвестиційний проєкт 2. Саме найбільш економічно вигідним є реалізація проєкту здійснення оздоблювальних робіт і закупівлю необхідного обладнання для здійснення даного виду робіт. Зокрема, планується купівля за рахунок інвестиційного кредиту наступного обладнання: штукатурно-шпаклівна станція, фарбувальна станція, пістолет розпилювач високого тиску, шліфувальна машина, машинка для заливання та вирівнювання стяжки.

Економічне обґрунтування проєкту засвідчує його ефективність, а

саме чистий приведений дохід становитиме 1385,77 тис. грн, індекс рентабельності проєкту складатиме 1,24 пункти, внутрішня норма доходності становитиме 35,54%, а період окупності проєкту складатиме 3 роки та 2 місяці. При цьому ризики реалізації проєкту є низькими (коефіцієнт варіації становить 0,1703), що засвідчують те що ризик реалізації проєкту 2 є допустимим, відповідно можна приймати ризик для управління та контролювання в процесі реалізації проєкту.

## РОЗДІЛ 4

### ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

#### 4.1. Охорона праці на ПП «АМ Сервісенерго»

Управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» складається з підготовки, прийняття і реалізації рішень по розробці і виконанню організаційних, технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів, направлених на забезпечення безпеки, збереження здоров'я і працездатності працюючих в процесі роботи.

Метою управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» є постійне зниження: виробничого травматизму, професійних захворювань, аварій, на основі приближення якісних і кількісних значень факторів умов праці до рівня вимог Закону України «Про охорону праці», нормативних актів з охорони праці, санітарно-гігієнічних нормативів, будівельних норм, міжгалузевих і галузевих правил по охороні праці.

Управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» забезпечується реалізацією наступних питань:

1. Організація та координація робіт по охороні праці між службами, посадовими особами та інженерно-технічними працівниками.
2. Одержання якісної і кількісної інформації про фактичний стан охорони праці в структурних підрозділах і на підприємстві в цілому.
3. Планування заходів по підвищенню рівня охорони праці в структурних підрозділах.
4. Реалізація заходів, направлених на покращення умов праці та підвищення її безпеки.
5. Застосування мір матеріального покарання за незадовільні результати роботи по охороні праці та морального і матеріального стимулювання за кращі показники роботи по охороні праці.

ПП «АМ Сервісенерго» забезпечене всім необхідним щодо охорони праці та її безпеки, а саме: пожежними кранами, вогнегасниками, пожежними щитами (в цехах), вентиляціями, план-схемами евакуації людей та майна, також, згідно Колективного договору, працівникам надається безкоштовно спецодяг, спецвзуття та інші засоби індивідуального захисту згідно з діючими нормами та понад встановлені норми, проводиться медичний огляд працівників, які працюють в небезпечних та шкідливих умовах праці, забезпечується утримання побутових і виробничих приміщень та території підприємства у відповідності до вимог санітарних умов тощо.

На ПП «АМ Сервісенерго» обов'язки, які стосуються охорони праці здійснює начальник відділу з охорони праці, навколишнього середовища і промсанітарії.

Система управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» побудована на основі загальних принципів багаторівневих систем із зворотнім зв'язком. На підприємстві виділяються такі рівні: підприємство; філія; цех; відділ; дільниця; робоче місце.

Керівництво системою охорони праці проводиться особами, які організовують виробничу діяльність і приймають рішення, направлені на підвищення рівня охорони праці: на підприємстві – директор; у філіях – директор філії; у цеху – начальник цеху; у відділі – начальник відділу.

Об'єктом управління системи управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» є діяльність функціональних служб і структурних підрозділів підприємства, спрямована на забезпечення безпечних і здорових умов праці на робочих місцях, виробничих дільницях і на підприємстві в цілому [51, с.109].

Досліджуючи фінансування заходів охорони праці на ПП «АМ Сервісенерго» необхідно відмітити, що спрямовується 0,5% від фонду оплати праці підприємства (таблиця 4.1)

Таблиця 4.1 – Фінансування заходів охорони праці ПП «АМ Сервісенерго» за період 2018-2022 рр.

Роки	ФОП, тис. грн	Сума фінансування 0,5% від ФОП, тис. грн	Абсолютне відхилення, тис. грн
2018	78,6	3,9	-
2019	136,5	6,8	2,9
2020	812,9	40,6	33,8
2021	202,3	10,1	-30,5
2022	6,9	0,3	-9,8

*Джерело: складено автором на основі фінансової звітності ПП «АМ Сервісенерго», поданої у додатках Г-М*

Досліджуючи обсяги фінансування заходів з охорони праці на ПП «АМ Сервісенерго» необхідно відмітити динаміку до зростання загального обсягу фінансування, зокрема якщо у базовому періоді показник становив 3,9 тис. грн, то у звітному складає 0,3 тис. грн, відповідний показник знижується за останні два роки на 9,8 тис. грн.

Далі здійснимо аналіз шкідливих та небезпечних виробничих факторів на підприємстві ПП АМ «Сервісенерго» проводять згідно з ГОСТ 12.1.003-74. Згідно з класифікацією ГОСТ 12.1.003-74 до числа небезпечних та шкідливих факторів, що виникають при проведенні дослідження слід віднести: нервово-психічні перевантаження (розумове перевантаження, монотонність праці, емоційні перевантаження); фізичне перевантаження; невідповідність параметрів мікроклімату робочої зони санітарним нормам; недостатня або надмірна освітленість робочої зони; несприятливе забарвлення стін та підлоги, віддзеркалення; робота з комп'ютером.

Психофізіологічні небезпечні і шкідливі виробничі чинники викликають перевантаження, що по характері дії підрозділяються на фізичні і нервово-психічні. Фізичні перевантаження підрозділяються на статичні, гіподинамічні, динамічні. Причинами нервово-психічних перевантажень можуть бути розумова перенапруга, перенапруга аналізаторів, монотонність



праці, емоційні перевантаження [17, с. 96].

Шкідливі фактори в першу чергу це: комп'ютери, оргтехніка, кондиціонери, випромінювання. По-друге, це багата кількість офісних співробітників, які дуже часто відволікають. Оскільки офісне приміщення відкритого типу, розділене перегородкою на секції.

Економічний механізм управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» повинен передбачати систему заохочень для тих працівників, які сумлінно дотримуються вимог охорони праці, не допускають порушень правил та норм особистої та колективної безпеки, беруть активну творчу участь у здійсненні заходів щодо підвищення рівня охорони праці на підприємстві.

#### **4.2. Забезпечення життєдіяльності підприємства у надзвичайних ситуаціях**

Надзвичайна ситуація – обстановка на окремій території чи суб'єкті господарювання, яка характеризується порушенням нормальних умов життєдіяльності населення, спричинених катастрофою, аварією, пожежею, стихійним лихом, епідемією, епізоотією, епіфітотією, застосуванням засобів ураження або іншою небезпечною подією, що призвела (може призвести) до виникнення загрози життю або здоров'ю населення, великої кількості загиблих і постраждалих, завдання значних матеріальних збитків, а також до неможливості проживання населення на такій території чи об'єкті, провадження на ній господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго».

Від ефективності розроблення та впровадження в життя заходів із запобігання та ліквідації надзвичайної ситуації в разі її виникнення залежатиме життя та здоров'я персоналу та відвідувачів ПП «АМ Сервісенерго» і розміри заподіяної шкоди.

Відповідно до Кодексу цивільного захисту України, підготовка персоналу на підприємствах незалежно від форм власності до дій у

надзвичайних ситуаціях здійснюється за спеціально розробленою схемою заходів захисту населення та територій.

Для ПП «АМ Сервісенерго» система заходів захисту від надзвичайних ситуацій включає:

- планування та здійснення необхідних заходів для захисту своїх працівників, об'єктів господарювання;
- розроблення планів локалізації та ліквідації аварій з подальшим погодженням з Державною службою України з надзвичайних ситуацій;
- підтримання у готовності до застосування сил і засобів із запобігання виникненню та ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій;
- створення та підтримання матеріальних резервів для попередження та ліквідації надзвичайних ситуацій;
- забезпечення своєчасного оповіщення своїх працівників про загрозу виникнення або при виникненні надзвичайної ситуації.

Наведені вище заходи мають загальний характер, вони не повністю враховують специфіку діяльності конкретного підприємства, чисельність працівників, обсяг і вид виробництва тощо.

Основною особливістю дій малих підприємств при загрозі або виникненні надзвичайних ситуацій є в першу чергу захист персоналу та відвідувачів.

Виходячи з цього, ст. 130 Кодексу цивільного захисту України передбачає, що на підприємствах з чисельністю персоналу 50 осіб і менше розробляються та затверджуються інструкції щодо дій при загрозі або виникненні надзвичайних ситуацій.

Крім того, у сфері промислового виробництва до малих підприємств можуть бути віднесені і такі, де чисельність працівників перевищує 50 осіб. Інструкції для таких підприємств розробляються за рішенням відповідного територіального органу Держслужби України з надзвичайних ситуацій.

Розроблена інструкція не повинна суперечити положенням та вимогам Кодексу цивільного захисту України [45, с.77].

Інструкція розробляється та підписується посадовою особою підприємства з питань цивільного захисту, затверджується керівником підприємства та доводиться до всіх працівників під підпис.

Крім Інструкції, на малому підприємстві розробляється План евакуації при пожежі або загрозі вибуху. Особливо це важливо для тих об'єктів, на території яких може знаходитись значна кількість відвідувачів.

Деякі конкретні заходи, не відображені в нормативних документах підприємства, потребують внесення до посадових інструкцій працівників. Крім того, на малому підприємстві необхідно розробляти й доводити до всіх працівників Порядок цілодобового оповіщення керівництва та працівників у випадку загрози або виникнення надзвичайної ситуації.

Всі працівники підприємства повинні бути навчені діям, чітко знати свої обов'язки та неухильно їх виконувати. Це також стосується адміністрації малого підприємства, яка в екстремальній обстановці не може приймати помилкові рішення або віддавати необґрунтовані розпорядження.

#### **Висновки до розділу 4**

Узагальнюючи результати дослідження, проведеного в розділі 4, необхідно відзначити наступне:

1. Організація охорони праці на ПП «АМ Сервісенерго» здійснює служба охорони праці. Служба охорони праці даного підприємства опрацьовує ефективну цілісну систему управління охорони праці підприємства; сприяє удосконаленню діяльності кожного структурного підрозділу і кожної посадової особи; проводить оперативно-методичне керівництво роботою з охорони праці; розробляє разом зі структурними підрозділами підприємства комплексні заходи щодо досягнення нормативів безпеки, гігієни праці та виробничого середовища.

Економічний механізм управління охороною праці на ПП «АМ Сервісенерго» повинен передбачати систему заохочень для тих працівників,

які сумлінно дотримуються вимог охорони праці, не допускають порушень правил та норм особистої та колективної безпеки, беруть активну творчу участь у здійсненні заходів щодо підвищення рівня охорони праці на підприємстві.

2. Надзвичайна ситуація – обстановка на окремій території чи суб'єкті господарювання, яка характеризується порушенням нормальних умов життєдіяльності населення, спричинених катастрофою, аварією, пожежею, стихійним лихом, епідемією, епізоотією, епіфітотією, застосуванням засобів ураження або іншою небезпечною подією, що призвела (може призвести) до виникнення загрози життю або здоров'ю населення, великої кількості загиблих і постраждалих, завдання значних матеріальних збитків, а також до неможливості проживання населення на такій території чи об'єкті, провадження на ній господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго».

Для ПП «АМ Сервісенерго» система заходів захисту від надзвичайних ситуацій включає:

- планування та здійснення необхідних заходів для захисту своїх працівників, об'єктів господарювання;
- розроблення планів локалізації та ліквідації аварій з подальшим погодженням з Державною службою України з надзвичайних ситуацій;
- підтримання у готовності до застосування сил і засобів із запобігання виникненню та ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій;
- створення та підтримання матеріальних резервів для попередження та ліквідації надзвичайних ситуацій;
- забезпечення своєчасного оповіщення своїх працівників про загрозу виникнення або при виникненні надзвичайної ситуації.

Наведені вище заходи мають загальний характер, вони не повністю враховують специфіку діяльності конкретного підприємства, чисельність працівників, обсяг і вид виробництва тощо.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Узагальнивши основні результати дослідження, представлені у кваліфікаційній роботі, слід відзначити наступне:

1. Комерційна цінність та конкурентоспроможність продукції та послуг підприємства залежать від кон'юнктури споживчого ринку. Дослідження поточної ринкової ситуації включає в себе ряд аспектів, таких як: баланс локального ринку, включаючи співвідношення пропозиції та попиту; рівень ринкової активності; стійкість фінансових показників або коливання їх ключових параметрів; комерційний ризик; стан локального ринку на певній точці сезонного та економічного циклу; сформовані тенденції розвитку ринку.

Дослідження поточної кон'юнктури ринку включає три різновиди – товарний, галузевий та загальноекономічний. Загальноекономічний рівень відображає економічний стан світового господарства в цілому або окремої країни чи групи країн, враховуючи різноманітні чинники впливу. Галузевий рівень аналізує стан у сфері національного та світового господарства. Рівень товару конкретного виду вказує на його позицію на регіональних, національних та світових ринках.

2. Основні чинники, що визначають кон'юнктуру споживчого ринку, об'єднуються в економічні, соціокультурні, демографічні та політичні. Зміни в цих чинниках залежать від сучасної ситуації на рівні як макро-, так і мікрорівні підприємства. Під час проведення дослідження кон'юнктури ринку послуг слід акцентувати увагу на ряді впливових чинників, таких як: наявність або відсутність конкурентів у визначеній галузі; динаміка кількості конкурентів; асортимент послуг, що надаються конкурентами; частка ринку, яку утримує підприємство; характеристика цільової аудиторії споживачів послуг; можливості розширення цільової аудиторії за рахунок активізації маркетингових інструментів.

3. Вивчення кон'юнктури споживчого ринку є ключовим етапом у процесі ухвалення управлінських рішень. Основна мета цього аналізу полягає в розкритті характеру та ступеня збалансованості ринку, зокрема в співвідношенні між попитом і пропозицією.

Проведення дослідження поточного стану та кон'юнктури споживчого ринку є складним процесом, який має свої особливості. Наприклад, при реалізації кон'юнктурних досліджень споживчого ринку послуг, дослідник повинен взаємодіяти з інформаційним представленням об'єкта дослідження у формі різноманітних показників стану на кожному етапі аналізу.

4. Об'єктом дослідження є діяльність ПП «АМ Сервісенерго», що реалізує діяльність у сфері обслуговування споживачів. Основними напрямками послуг даного підприємства є роботи пов'язані із будівництвом, зокрема приватне підприємство здійснює електромонтажні роботи, покрівельні роботи, інші спеціалізовані будівельні роботи.

Результати аналізу основних показників господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» засвідчує негативні тенденції згортання основних операційних процесів на досліджуваному підприємстві, що відобразилося на низькій фінансовій автономності та орієнтуванні на позиковий капітал, від'ємне значення власного капіталу та значний нерозподілений збиток підприємства, який з року в рік зростає.

Протягом усього періоду спостерігалася наявність дебіторської та кредиторської заборгованостей, поряд із цим їх рівень знижувався за рахунок погашення, проте зазначене не вплинуло позитивно на господарські процеси.

Негативним є переважання розміру витрат господарської діяльності над доходами підприємства, що негативно вплинуло на узагальнюючий фінансовий результат діяльності підприємства – чистий збиток протягом 2018-2021 років, лише у 2022 році підприємство отримало прибуток у розмірі 10,1 тис. грн.

5. Досліджуючи макроекономічну ситуацію в Україні, необхідно відзначити, що повномасштабна війна в нашій країні суттєво вплинула на діяльність підприємств, в тому числі і ПП «АМ Сервісенерго», зокрема, зменшення обсягу ВВП, зниження іноземного інвестування, девальвація національної валюти та негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу вплинула на згортання економічних процесів в нашій країні, а як наслідок і на діяльність досліджуваного підприємства, яке знизило ефективність фінансово-господарської діяльності.

Дослідивши конкурентоспроможність та конкурентні позиції досліджуваного підприємства, необхідно відзначити найнижчий бал на ринку будівельних послуг – 49 балів. Зазначене обумовлено наступними чинниками: збитковістю підприємства та низькими показниками фінансового стану, відсутністю додаткового сервісу через згортання операційної активності підприємства, низькою диверсифікацією асортименту послуг та низькою ефективністю маркетингової збутової політики підприємства, підприємство неефективно використовує інноваційні технології в процесі обслуговування споживачів, що негативно впливає на структуру попиту.

6. Результати дослідження основних показників ефективності реалізації фінансово-господарської діяльності підприємства засвідчують від'ємне значення усіх показників фінансового стану протягом 2018-2021 рр. через збитковість підприємства, у 2022 році підприємство отримувало чистий прибуток у розмірі 10,1 тис. грн, відповідно спостерігається прибутковість активів у розмірі 5,7%, реалізації у розмірі 35,44% та господарської діяльності 87,83%. Поряд із цим, значення чистого прибутку є досить низьким та через згортання діяльності підприємства знижуються показники, які становлять розрахунку показників рентабельності.

Починаючи із 2019 року, значно знижуються показники ділової активності, що обумовлено значним зниженням доходів від реалізації послуг досліджуваного підприємства. Досліджуючи показники ліквідності ПП «АМ Сервісенерго», необхідно відзначити негативну динаміку до їх зниження.

Підприємство орієнтується на позиковий капітал, про що свідчить від'ємний показник власного капіталу, що обумовлений збитковістю підприємства та неефективністю його фінансово-господарської діяльності.

7. Для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення розвитку ПП «АМ Сервісенерго» у перспективному періоді запропоновано наступні заходи, зокрема: реалізувати бізнес-модель розвитку ПП «АМ Сервісенерго» в умовах фінансової нестабільності із використанням Business Model Canvas. В цілому, формування бізнес-моделі розвитку включає в себе розгляд різних аспектів діяльності підприємства і визначення ключових параметрів, які впливають на ефективність та стійкість бізнесу.

Візуальне представлення цієї моделі може бути представлене у формі канва бізнес-моделі (Business Model Canvas), яка допомагає керівництву і працівникам чітко розуміти, які аспекти діяльності даного підприємства потребують уваги і контролю. Дана бізнес-модель дозволяє управлінському персоналу підприємства відстежувати баланс між різними аспектами діяльності підприємства та приймати узгоджені рішення щодо подальшого розвитку.

Управлінському персоналу ПП «АМ Сервісенерго» необхідно активно використовувати різносторонній маркетинговий інструментарій (рекламу, засоби стимулювання збуту, спонсоринг, благодійні акції), що дасть можливість збільшити реалізацію послуг, а також слід диверсифікувати портфель послуг, зокрема пропонується акцентувати увагу на нові види послуг, які є досить популярними на місцевому ринку будівельних послуг (виконувати підрядні, загальнобудівельні та оздоблювальні роботи).

8. Здійснені розрахунки засвідчили потенційний економічний ефект від впровадження заходів за рахунок зростання розміру доходів, забезпечення чистого прибутку та високих показників рентабельності



реалізації господарської діяльності ПП «АМ Сервісенерго» у стратегічній перспективі.

9. Серед запропонованих до реалізації двох альтернативних проєктів більш привабливим з економічної точки зору є інвестиційний проєкт №2 – здійснення оздоблювальних робіт і закупівля необхідного обладнання для здійснення даного виду робіт. Зокрема, планується купівля за рахунок інвестиційного кредиту наступного обладнання: штукатурно-шпаклівна станція, фарбувальна станція, пістолет розпилювач високого тиску, шліфувальна машина, машинка для заливання та вирівнювання стяжки.

Економічне обґрунтування проєкту засвідчує його ефективність, а саме чистий приведений дохід становитиме 1385,77 тис. грн, індекс рентабельності проєкту складатиме 1,24 пункти, внутрішня норма доходності становитиме 35,54%, а період окупності проєкту складатиме 3 роки та 2 місяці. При цьому ризики реалізації проєкту є низькими (коефіцієнт варіації становить 0,1703), що засвідчують те що ризик реалізації проєкту 2 є допустимим, відповідно можна приймати ризик для управління та контролювання в процесі реалізації проєкту.

Запропоновані заходи значно підвищать ефективність бізнес-процесів ПП «АМ Сервісенерго» та забезпечать його конкурентоспроможність на локальному ринку у найближчій перспективі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абакуменко О.В. Кон'юнктура фінансового ринку: підходи до визначення дефініції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. №21. С. 37-41.
2. Березняк Н.В. Методичні підходи до побудови моделі кон'юнктурного дослідження, проведення аналізу і прогнозу ринкової кон'юнктури. *Наука, технології, інновації*. 2017. № 1 (1). С. 39-45.
3. Біла О. Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. *Фінанси України*. 2014. № 4. С 112-118.
4. Білецька Олена. Сутність ринкової кон'юнктури та необхідність її дослідження. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. тез доповідей, 03 листопада 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 136–138.
5. Білецька Олена. Основні аспекти функціонування вітчизняних підприємств під час війни. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»: зб. Тез доповідей, 31 березня 2023 р. / за заг. ред. О.В. Панухник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 30–31.
6. Богацька Н. М., Дуржинська А. Ю. Критерії ефективності діяльності підприємства. *Економічний вісник університету*. 2021. №7. С. 150-163.
7. Височина М. В. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства. URL: [dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24535 /34-Vysochyna.pdf?sequence=1](https://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24535/34-Vysochyna.pdf?sequence=1) (дата звернення до ресурсу 3.11.2023 року)
8. Височина М. В. Інформаційно-методичне забезпечення комплексної оцінки ефективності функціонування підприємства.

URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/34995> (дата звернення до ресурсу 22.10.2023 року)

9. Герасименко С. С., Головач Н. А. Передбачення фінансового стану підприємства при оцінці його здатності до продовження діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №4. С.2-4.

10. Іванова Л. О., Музика О. М. Кон'юнктура ринків: навч. Посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2017. 447 с.

11. Каленська В. П. Аналіз основних макроекономічних показників України під час війни 2022. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. Випуск 2023. №36. С. 116 – 122.

12. Канцуров О. О., Білоусова О. С. Удосконалення методики оцінки ефективності управління підприємством державного сектору економіки. *Фінанси України*. 2016. №9. С. 143-151.

13. Капліна О., Зайченко Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі процесного підходу. *Маркетинг*. 2015. № 4. С. 24–38.

14. Карачина Н. П., Сметанюк О. А. Теоретико-методичні засади оцінювання ефективності сучасного підприємства. *Економічний простір*. 2018. (143). С. 148-159

15. Касич А.О., Хіміч І.Г. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2012. № 12. С. 176-179.

16. Клименко М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. К.: КНЕУ, 2016. 527 с.

17. Коновалова О. В. Охорона праці. Практикум: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури 2015. 98 с.

18. Корепанов О. С. Визначення факторів впливу на економічну кон'юнктуру. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2019. № 884. С. 73–78.

19. Кошій О. Прогнозування кон'юнктури ринку молочних продуктів з врахуванням циклічності розвитку економіки України : автореф. дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним

господарством». Полтава, 2020. 38 с.

20. Кратт О. А. Визначення поняття «кон'юнктура ринку». *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 56. Донецьк, ДонНТУ, 2013. С.195-201.*

21. Куцик П. О. Бізнес-модель компанії та її відображення у корпоративній звітності. *Вісник Львівської комерційної академії: зб. наук. праць. Сер. економічна. Вип. 49. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. С. 8—20.*

22. Ліпич Л. Г., Радіщук Т. П. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства на засадах прогнозування кон'юнктури ринку автомобілебудування.: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2013. 228 с.

23. Меженська В. В., Спірна Н. С. Механізм управління комерційною діяльністю підприємства. *Бізнес-інформ. 2019. №4. С. 144-146*

24. Мельник Ю. М., Савченко О. С. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах. *Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 1. С. 192 – 203.*

25. Мішеніна Г. А., Матвєєва Ю. Т. Дослідження ринку : навч. посібник. Суми : Сумський державний університет, 2015. 185 с.

26. Мних Є. В. Економічний аналіз: Підручник. К.: Центр навч. літератури, 2009. 412 с.

27. Нагі С., Перерва П. Г., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник НТУ «ХПІ» (екон.науки)», 2018. № 15 (1291). С. 89–94.*

28. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харків: ХНАМГ, 2020. 249 с.

29. Окрепкий Р. Оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку пива України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами». Тернопіль, 2016. 23 с.

30. Онокало В.Г. Ефективність діяльності підприємства та теоретичні підходи до її оцінки. *Інфраструктура ринку. 2018. №19.*

URL: [http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiE7qv\\_wZ\\_iAhUGpIsKHUrMCgUQFjACegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.marketinfr.od.ua%2Fjournals%2F2018%2F19\\_2018\\_ukr%2F49.pdf&usq=AOvVaw3EJDFcl\\_ugO1iR-kAdSntI](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiE7qv_wZ_iAhUGpIsKHUrMCgUQFjACegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.marketinfr.od.ua%2Fjournals%2F2018%2F19_2018_ukr%2F49.pdf&usq=AOvVaw3EJDFcl_ugO1iR-kAdSntI)

31. Основні макроекономічні показники України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/> (дата звернення до ресурсу 13.10.2023 року)

32. Отенко В. І. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. №5. С. 232-237.

33. Перерва П. Г., Ткачова Н. П. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. Харків : ХНЕУ, 2015. № 4 (60). С. 116-120.

34. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства. *Екон. вісник НТУУ «КПІ»*: 2017. № 14. С. 468–477.

35. Пилипенко С. М. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/94.pdf> (дата звернення до ресурсу 2.11.2023 року)

36. Пилипенко С. М. Кон'юнктурні дослідження ринку: сутність, чинники впливу та методичні підходи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 16. URL: <http://global-national.in.ua/issue-10-2016/18-vipusk-10-kviten-2016-r/1923-pilipenko-s-m-teoretichni-zasadi-otsinki-efektivnosti-diyalnosti-pidpriemstva> (дата звернення до ресурсу 18.10.2023 року)

37. Пожарова О. В., Корнілова О. В. Регулювання праці окремих категорій працівників: навч.-метод. Посібник. Одеса : Фенікс, 2018. 144 с.

38. Попова Н. В. Проектний аналіз : підручник. Х.: ХНАДУ, 2016. 175 с.

39. Райко Д. В., Лебедева Л. Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 107–123.

40. Сакун М. М., Москалюк І. В. Основи охорони праці. Навчально-методичний посібник.; ОДАУ. Кафедра безпеки життєдіяльності. Херсон:

«Южполиграфсервис», 2013. 67 с.

41. Сардак С. Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки. *Європейський вектор економічного розвитку* : Зб. наук. праць. 2019. Вип. 2 (7). С. 154-159.

42. Сененко І. А., Щепак В. В. Вплив факторів середовища на формування системи управління підприємством. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 3. С. 265 - 270.

43. Сінгаєвський І. О., Розумей С. Б., Гаврилова Т. В., Скригун Н. П. Комерційна діяльність. Київ: НУХТ, 2019. 101 с.

44. Смерічевський С. Ф., Клімова О. І. BUSINESS MODEL CANVAS ЯК універсальна концепція управління бізнесом компанії. *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. №9. С. 11 – 14.

45. Стручок В. С. Безпека в надзвичайних ситуаціях. Методичний посібник для здобувачів освітнього ступеня «магістр» всіх спеціальностей денної та заочної (дистанційної) форм навчання. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2022. 156 с.

46. Чала Т. Г., Щербина Л. В. Дослідження процесу становлення поняття «кон'юнктура ринку». *Коммунальное хозяйство городов Научно-технический сборник*. 2014. №59. С.192-200.

47. Шаповалова І. О. Структурно-сегментна модель ринку продовольчих споживчих ресурсів. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2018/20-Shapovalova.pdf?sequence=1> (дата звернення до ресурсу: 22.11.2022)

48. Шляга О. В., Гальцев М. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства. *Економічний вісник*. 2016. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_066.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_066.pdf) (дата звернення до ресурсу 23.10.2023 року)

49. Щербак В. В. Методологія дослідження кон'юнктури товарного ринку. *Приазовський економічний вісник*. 2017. №2. С.30-35.

50. Яким Р. С. Безпека життєдіяльності людини: Навч. посібник. Львів: Видавництво «Бескид Біт», 2015. 174 с.

51. Яким Р.С. Охорона праці на підприємстві: Навч. посібник. Львів: Видавництво «Бескид Біт», 2012. 304 с.

52. Marynenko N., Hats L., Artemenko L. Diahnostyka sektoriv ekonomiky na osnovi strukturnykh zrushen v subiektakh hospodariuvannia [Diagnosis of economic sectors based on structural shifts in business entities]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal). 2021. Vol. 25, no. 2, pp. 500-510. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21mnyvsg.pdf>

53. Panukhnyk O.V., Marynenko N.Yu., Kramar I.Yu. Synthesis of effective components of the mechanism of managing adaptive development of production and economic organizations. *Науковий вісник НГУ*. 2017. № 4. С. – 151–156.

54. Roman Sherstiuk, Eduard Malevski, Nataliia Marynenko, Olha Pavlykivska, Liliya Melnyk. Models of evaluating the impact of changes technological and industrial areas in enterprise development. *Amazonia Investiga*. Volume 10 – Issue 40 / April 2021, pp. 253-264. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2021.40.04.25>.

# ДОДАТКИ



Таблиця А.1 – Рівні дослідження кон'юнктури споживчого ринку

Основні рівні	Характеристика
Загальноекономічний рівень вивчення ринкової кон'юнктури	Показує стан всього світового господарства чи господарства певної окремої держави, групи держав, що складаються під загальним впливом факторів кон'юнктуро-утворюючого спрямування. Даний рівень включає в себе такі аспекти: економічний господарчий потенціал та його основні елементів (виробничі, природні, фінансові, трудові ресурси, інфраструктурний і науково-освітній потенціал, інституціональну структуру самого господарства).
Галузевий рівень	Показує відповідні положення в галузі світового та національного господарства
Рівень певного окремого товару	Показує положення окремо взятого товару у масштабі національного, світового чи ринку регіону

*Джерело: складено автором на основі [25, с.108]*

Таблиця Б. 1 – Система показників для реалізації завдань кон'юнктури споживчого ринку

<b>Типи показників</b>	<b>Назви показників</b>
Пропозиції товарів і послуг	1)обсяг, структура і динаміка пропозиції; потенціал пропозиції; 2)еластичність пропозиції
Купівельного попиту на товари і послуги	1)темپ зростання і приросту обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку; 2)параметри трендів обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку
Пропорційності ринку	1)співвідношення попиту і пропозиції; 2)співвідношення ринків засобів виробництва і ринків споживчих товарів; 3)структура товарообігу; 4)розподіл ринку між виробниками, оптовими і роздрібними продавцями; 5)розподіл ринку продавців за формами власності; 6)структура покупців за різними споживчими ознаками (рівень доходу, вік тощо); регіональна структура ринку
Перспектив розвитку ринку	1)темп зростання і приросту обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку; 2)параметри трендів обсягів продажів, цін, товарних запасів, інвестицій, прибутку
Коливання, стійкості і циклічності ринку	1)коефіцієнти варіації обсягів продажів, цін і товарних запасів у часі й просторі; 2)параметри моделей сезонності і циклічності розвитку ринку
Регіональних відмінностей стану і розвитку ринку	1)регіональна варіація співвідношення попиту і пропозиції та інших пропорцій ринку; 2)регіональної варіації рівня попиту (в розрахунку на душу населення) та інших основних параметрів ринку
Ділової активності	1)склад, заповнювання і динаміка портфеля замовлень; 2)число, розмір, частота і динаміка операцій; 3)завантаженість виробничих і торгових потужностей
Комерційного (ринкового) ризику	1)інвестиційний ризик; 2)ризик прийняття маркетингових рішень; 3)ризик ринкових коливань
Рівня монополізації і конкуренції	1)чисельність підприємств на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності, організаційними формами і спеціалізацією; 2)розподіл фірм за розміром обсягу виробництва, збуту і продажів; 3)рівень приватизації (число приватизованих підприємств, їх організаційні форми і частка в загальному обсязі ринку); 4)розділ ринку (угруповання фірм за їх розміром (малі, середні та великі) і за їх часткою в обсязі збуту і продажів)

Джерело: складено автором на основі [47]

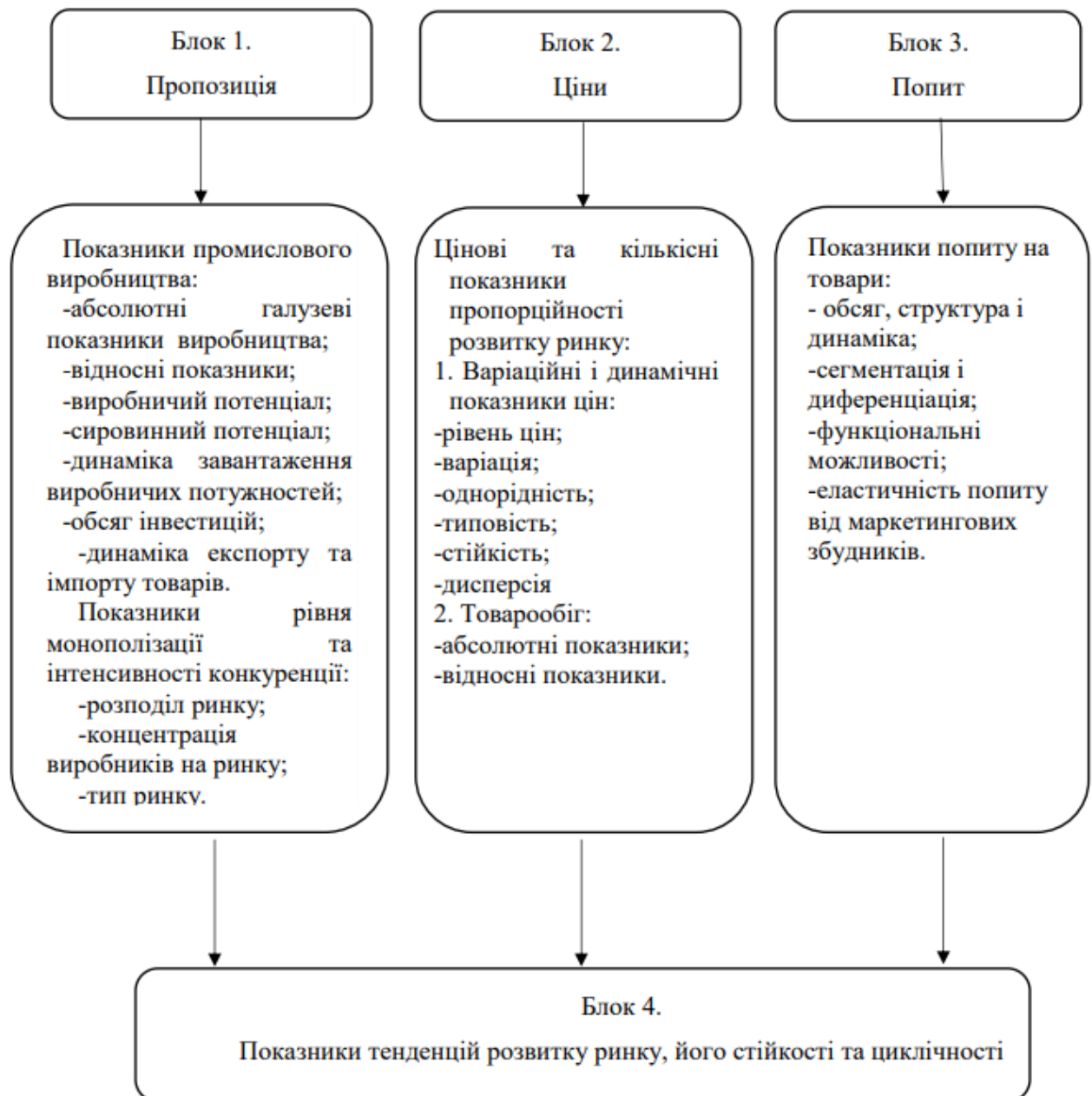


Рисунок В.1 – Система показників оцінювання кон’юнктури споживчого ринку

*Джерело: складено автором на основі [25, с.111]*

## Фінансова звітність підприємства ПП АМ «Сервісенерго»

за період 2018 року

10901106

35102878

Додаток 1  
до Положення (стандарту) бухгалтерського  
обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого  
підприємства"

**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ**  
суб'єкта малого підприємства

Підприємство Приватне підприємство "АМ Сервісенерго"  
Територія м. Золочів  
Організаційно-правова форма господарювання ПП  
Вид економічної діяльності електромонтажні роботи  
Середня кількість працівників 5  
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком  
Адреса, телефон м. Золочів вул. Польна 44

Дата (рік, місяць, число)  
за ЄДРПОУ  
за КОАТУУ  
за КОПФГ  
за КВЕД

КОДИ
21.01.2019
35102878
4621810100
120
43.21

0976435671

## Баланс

на 31 грудня 2018 року

Форми № 1-м

Код за ДКУД 1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Незвершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	51.0	50.3
первісна вартість	1011	89.0	89.0
знос	1012	( 38.0)	( 38.7)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>51.0</b>	<b>50.3</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Зпаси:	1100	59.0	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	3.7	21.3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом:	1135	17.7	18.6
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9.6	5.6
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Грошові кошти та їх еквіваленти	1165	3.0	768.1
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	3.7	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>96.7</b>	<b>813.6</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>147.7</b>	<b>863.9</b>
<b>Пасив</b>			
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (паіювий) капітал	1400	57.4	71.0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	44.4	-319.7
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>101.8</b>	<b>-248.7</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями:	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	35.5	35.6
розрахунками з бюджетом	1620	5.3	55.0
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	0.9	55.1
розрахунками з оплати праці	1630	0.5	38.3
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	3.7	928.6
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>45.9</b>	<b>1112.6</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>147.7</b>	<b>863.9</b>

2. Звіт про фінансові результати

за \_\_\_\_\_ рік \_\_\_\_\_ 2018 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	1083 0	-
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
<b>Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)</b>	<b>2280</b>	<b>1083 0</b>	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 1368 5)	( - )
Інші операційні витрати	2180	( 78 6)	( - )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
<b>Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)</b>	<b>2285</b>	<b>( 1447 1)</b>	( - )
Фінансовий результат до оподаткування (2268 - 2285)	2290	-364 1	-
Податок на прибуток	2300	( - )	( - )
<b>Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)</b>	<b>2350</b>	<b>367 1</b>	-

Керівник

Адамик Микола Петрович

(підписи та прізвище)

Головний бухгалтер

(підписи та прізвище)



Фінансова звітність підприємства ПП АМ «Сервісенерго»  
за період 2019 року

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
25 «Спрощена фінансова звітність»  
(пункт 5 розділу I)

## Фінансова звітність малого підприємства

		КОДИ	
		Дата (рік, місяць, число)	2020   01   16
Підприємство	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "АМ СЕРВІС ЕНЕРГО"	за ЄДРПОУ	35102878
Територія	М. ЗОЛОЧІВ	за КОАТУУ	4621810100
Організаційна форма господарювання	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО	за КОПФГ	120
Вид економічної діяльності	Електромонтажні роботи	за КВЕД	43.21
Середня кількість працівників, осіб	4		
Одиниця вимірювання	тис. грн з одним десятковим знаком		
Адреса, табличка	ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., ЗОЛОЧІВСЬКИЙ Р-Н, М. ЗОЛОЧІВ, ВУЛ. ПОЛЬНА 44		0672800887

## I. Баланс на 31.12.2019 р.

		Форма N 1-м	Код за ДКУД	1801006
Актив		Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
I		2	3	4
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи		1000	-	-
первісна вартість		1001	-	-
накопичена амортизація		1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції		1005	-	-
Основні засоби		1010	50.3	44.8
первісна вартість		1011	89.0	88.4
знос		1012	(38.7)	(43.6)
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції		1030	-	-
Інші необоротні активи		1090	-	-
Усього за групою I		1095	50.3	44.8
II. Оборотні активи				
Запаси:		1100	-	-
у тому числі готова продукція		1103	-	-
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги		1125	21.3	10.7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом		1135	18.6	19.7
у тому числі податку на прибуток		1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість		1155	5.6	146.2
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та грошові еквіваленти		1165	768.1	115.1
Витрати майбутніх періодів		1170	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	96.6
Усього за групою II		1195	813.6	388.3
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття		1200	-	-
Баланс		1300	863.9	433.1

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	71.0	71.0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-319.7	-872.0
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-248.7	-801.0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	35.6	66.1
розрахунки з бюджетом	1620	55.0	39.3
у тому числі податку на прибуток	1621	-	-
розрахунки зі страхування	1625	55.1	136.0
розрахунки з оплати праці	1630	38.3	-
Доходи майоритарних періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	928.6	992.7
Усього за розділом III	1695	1112.6	1234.1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та активами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	863.9	433.1

## 2. Звіт про фінансові результати

за Рік 2019 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1904.5	1083.0
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	1904.5	1083.0
Собівартість використаної продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2225.1)	(1368.5)
Інші операційні витрати	2180	(136.5)	(78.6)
Інші витрати	2270	(95.2)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(2456.8)	(1447.1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-552.3	-364.1
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-552.3	-364.1

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

М. П. Адамик

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

**Фінансова звітність підприємства ПП АМ «Сервісенерго»  
за період 2020 року**

25 «Спрощена фінансова звітність»  
(пункт 5 розділу I)

**Фінансова звітність малого підприємства**

		КОДИ			
		Дата (рік, місяць, число)	2021	01	21
Підприємство	<b>ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "АМ СЕРВІСЕНЕРГО"</b>	за ЄДРПОУ	35102878		
Територія	<b>М. ЗОЛОЧІВ</b>	за КОАТУУ	4621810100		
Організаційно-правова форма господарювання	<b>ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО</b>	за КОПФІ	120		
Вид економічної діяльності	<b>Електромонтажні роботи</b>	за КВЕД	43.21		
Середня кількість працівників, осіб	2				
Одиниця виміру:	тис. грн з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	<b>ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., ЗОЛОЧІВСЬКИЙ Р-Н, М. ЗОЛОЧІВ, ВУЛ. ПОЛЬНА 44</b>				0976435671

**1. Баланс на 31.12.2020 р.**

Актив	Код рядка	Форма N 1-м Код за ДКУД 1801006	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	<b>44.8</b>	32.7
первісна вартість	1011	<b>88.4</b>	94.1
знос	1012	<b>(43.6)</b>	<b>(61.4)</b>
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	<b>44.8</b>	32.7
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси:	1100	-	20.7
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	<b>10.7</b>	3.6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	<b>19.7</b>	20.1
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	<b>146.2</b>	228.1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	<b>115.1</b>	32.7
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	<b>96.6</b>	34.5
Усього за розділом II	1195	<b>388.3</b>	339.7
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	1200	-	-
<b>Баланс</b>	1300	<b>433.1</b>	372.4



Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	71.0	71.0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-872.0	-882.6
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-801.0	-811.6
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	66.1	35.6
розрахунками з бюджетом	1620	39.3	43.7
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	136.0	222.1
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	992.7	882.6
Усього за розділом III	1695	1234.1	1184.0
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	-	-
Баланс	1900	433.1	372.4

## 2. Звіт про фінансові результати

за Рік 2020 р.

Форма N 2-м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1362.2	1904.5
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	1362.2	1904.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(559.9)	(2225.1)
Інші операційні витрати	2180	(812.9)	(136.5)
Інші витрати	2270	(-)	(95.2)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(1372.8)	(2456.8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-10.6	-552.3
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-10.6	-552.3



*(Handwritten signature)*  
(ініціали, прізвище)

М. П. Адамик

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

**Фінансова звітність підприємства ПП АМ «Сервісенерго»  
за період 2021 року**

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

**Фінансова звітність малого підприємства**

		КОДИ		
		2022	01	11
Підприємство	Приватне підприємство "АМ Сервісенерго "	за СДРПОУ 35102878		
Територія	М. ЗОЛОЧІВ	за КАТОТТГ <sup>1</sup> UA46040070010068975		
Організаційно- правова форма господарювання	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО	за КОПФГ 120		
Вид економічної діяльності	Електроmontажні роботи	за КВЕД 43.21		
Середня кількість працівників, осіб	2			
Одиниця виміру:	тис. грн з одним десятковим знаком			
Адреса, телефон	ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., ЗОЛОЧІВСЬКИЙ Р- Н, М. ЗОЛОЧІВ, ВУЛ. ПОЛЬНА 44	0976435671		

**1. Баланс на 31.12.2021 р.**

		Форма № 1- м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000			
первісна вартість	1001			
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005			
Основні засоби:	1010	32.7	20.9	
первісна вартість	1011	94.1	94.1	
знос	1012	(61.4)	(73.2)	
Довгострокові біологічні активи	1020			
Довгострокові фінансові інвестиції	1030			
Інші необоротні активи	1090			
Усього за розділом I	1095	32.7	20.9	
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси:	1100	20.7	18.3	
у тому числі готова продукція	1103			
Поточні біологічні активи	1110			
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	3.6	1.9	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	20.1	18.4	
у тому числі з податку на прибуток	1136			
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	228.1		
Поточні фінансові інвестиції	1160			
Гроші та їх еквіваленти	1165	32.7		
Витрати майбутніх періодів	1170			
Інші оборотні активи	1190	34.5	117.4	
Усього за розділом II	1195	339.7	156.0	
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуті</b>	1200			
<b>Баланс</b>	1300	372.4	176.9	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	71.0	122.1
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-882.6	-965.6
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-811.6	-843.5
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	1595		
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за:	1610		
товари, роботи, послуги	1615	35.6	35.6
розрахунками з бюджетом	1620	43.7	9.4
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	222.1	
розрахунками з оплати праці	1630		9.8
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	882.6	965.6
Усього за розділом III	1695	1184.0	1020.4
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700		
Баланс	1900	372.4	176.9

## 2. Звіт про фінансові результати

за Рік 2021 р.

Форма № 2- м Код за КУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	289.1	1362.2
Інші операційні доходи	2120		
Інші доходи	2240		
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	289.1	1362.2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(169.8)	(559.9)
Інші операційні витрати	2180	(202.3)	(812.9)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(372.1)	(1372.8)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-83.0	-10.6
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-83.0	-10.6

Керівник  
Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

М. П. АДАМИК  
(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

<sup>4</sup> Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад

Фінансова звітність підприємства ПП АМ «Сервісенерго»  
за період 2022 року

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

**Фінансова звітність малого підприємства**

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
			2023	01	20
Підприємство	<u>ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО "АМ СЕРВІСЕНЕРГО"</u>	за ЄДРПОУ	<b>35102878</b>		
Територія	<u>м. Золочів</u>	за КАТОТТГ <sup>1</sup>	UA46040070010068975		
Організаційно- правова форма господарювання	<u>ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО</u>	за КОПФГ	120		
Вид економічної діяльності	<u>Електромонтажні роботи</u>	за КВЕД	43.21		
Середня кількість працівників, осіб	<u>1</u>				
Одиниця виміру: тис. грн з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон		<u>Львівська область, Золочівський район, м. Золочів, вул. ПОЛЬНА 44</u>	0672800887		

**1. Баланс на** 31.12.2022 **р.**

		Форма № 1- м	Код за ДКУД	1801006
Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	-	-	
первісна вартість	1001	-	-	
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-	
Основні засоби:	1010	20.9	13.1	
первісна вартість	1011	94.1	94.1	
знос	1012	(73.2)	(81.0)	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-	
Інші необоротні активи	1090	-	-	
Усього за розділом I	1095	20.9	13.1	
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси:	1100	18.3	23.9	
у тому числі готова продукція	1103	-	-	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1.9	7.3	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	18.4	18.4	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-	
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	-	7.1	
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-	
Інші оборотні активи	1190	117.4	107.4	
Усього за розділом II	1195	156.0	164.1	
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>				
Баланс	1300	176.9	177.2	

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	122.1	129.8
Додатковий капітал	1410	–	–
Резервний капітал	1415	–	–
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-965.6	-955.5
Неоплачений капітал	1425	(–)	(–)
Усього за розділом I	1495	-843.5	-825.7
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	1595	–	–
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	–	–
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	–	–
товари, роботи, послуги	1615	35.6	35.6
розрахунками з бюджетом	1620	9.4	6.7
у тому числі з податку на прибуток	1621	–	–
розрахунками зі страхування	1625	–	–
розрахунками з оплати праці	1630	9.8	5.0
Доходи майбутніх періодів	1665	–	–
Інші поточні зобов'язання	1690	965.6	955.6
Усього за розділом III	1695	1020.4	1002.9
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	–	–
Баланс	1900	176.9	177.2

## 2. Звіт про фінансові результати

за Рік 2022 р.

Форма N 2- м

Код за КУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28.5	289.1
Інші операційні доходи	2120	–	–
Інші доходи	2240	–	–
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	28.5	289.1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(11.5)	(169.8)
Інші операційні витрати	2180	(6.9)	(202.3)
Інші витрати	2270	(–)	(–)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(18.4)	(372.1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	10.1	-83.0
Податок на прибуток	2300	(–)	(–)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	10.1	-83.0



Керівник

Головний бухгалтер

(підпис)

(підпис)

М. П. АДАМИК

(ініціали, прізвище)

(ініціали, прізвище)

<sup>1</sup> Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад



Таблиця Н.1 – PEST – аналіз діяльності ПП АМ «Сервісенерго» в Україні

Фактори макросередовища	Стан фактора	Тенденції розвитку фактора	Характер впливу	Ступінь впливу	Можливі дії
1	2	3	4	5	6
Політичні фактори 1. Війна із РФ	Негативний фактор	Максимальний вплив на суб'єктів підприємництва	«-» створює негативну економічну ситуацію в країні, руйнування інфраструктури підприємництва	+5	Адаптація до умов, формування стратегії розвитку
2. Орієнтація на ринкове регулювання економіки.	Ринкове регулювання економіки	Мінімальний вплив держави	«+» можливості щодо вибору сфери господарської діяльності.	+4	Розробка нових напрямів діяльності.
3. Створення в органах державної влади угруповань.	Значна кількість державних угруповань	Вплив угруповань на розробку політичного курсу і законодавства держави.	«+» можливості покращення політичного курсу країни, що позитивно відобразиться в діяльності підприємства	+3	Стимулювання участі в політиці осіб, які представляють інтереси підприємств
4. Політика держави в підготовці кадрів для галузі	Недостатня кількість необхідних кадрів	Зростання пропозиції необхідних спеціалістів на ринку праці	«+» підготовка більшої кількості висококваліфікованих кадрів для галузі	+ 1	Інвестування в молодих абітурієнтів для одержання в майбутньому висококваліфікованих кадрів
Економічні фактори 1. Рівень інфляції	Значний (5% на місяць)	Можлива стабілізація	«-» знецінення грошей, які є на підприємстві; «+» при виплатах по кредитах; «+» можливість отримання обігових грошових коштів при використанні різниці щодо курсу долара.	+ 2	Спрямованість на підтримання купівельної спроможності заощаджень.
2. Скорочення доходів споживачів	12% за останній квартал	Тенденції невизначені	«-» зниження попиту на продукцію, скорочення обсягу виробництва продукції й надання послуг	+4	Скорочення обсягу виробництва, диверсифікація
3. Дефіцит державного бюджету	Скорочення чи припинення дотацій	Можливість підвищення дотацій	«-» скорочення дотацій «+» можливість надання дотацій	+ 2	Проведення різних соціальних програм, що сприяє наданню дотацій
4. Релокація бізнесу	Негативний фактор	Максимальний вплив на суб'єктів підприємництва	«-» створює негативну ситуацію вимушеного переміщення підприємств	+4	Адаптація до нових умов діяльності підприємств

1	2	3	4	5	6
Соціальні фактори: 1. Зростання соціальних вимог населення	Зміна смаків і уподобань	Можливе зменшення	«-» зростання соціальних витрат за рахунок інвестиційно-інноваційних	+1	
2. Зниження рівня освіти	Проблеми освоєння нових технологій	Освоєння нових технологій робітниками	«-» додаткові витрати на перекваліфікацію робітників; «+» здобуття досвіду і вищої кваліфікації персоналу	+ 1	Підвищення рівня витрат на професійну підготовку кадрів.
Технологічні фактори 1. НТП у сфері виробництва	Швидкі темпи науково-технічних змін	Поява нових матеріалів, обладнання, технологій	«+» підвищення конкурентних позицій на ринку за рахунок використання новіших технологій «-»значні капіталовкладення у ноу-хау	+ 1	Вкладання коштів у ноу-хау й оновлення потужностей підприємств.
2. Розробка і впровадження нових технологій	Оновлення технологій на підприємстві	Подальше впровадження нових технологій відповідно до потреб і можливостей підприємства	«+» покращення процесу виробництва, підвищення якості продукції "-" можливість швидкого морального зношення технології та недостатність фінансування для її заміни	+3	Вкладання коштів у впровадження нових технологій Маркетингові дослідження
Правові фактори 1. Розвиток законодавства з питань регулювання підприємницької діяльності	Прийняття нормативних актів, які послаблюють економічне становище підприємства	Неможливість передбачення прийняття законодавчих актів і впливу на них	«-» знижуються доходи підприємств «+» слугують регуляторами для всіх підприємств у галузі і загалом	+2	
2. Нормативно-правова база	Недосконала нормативно-правова база	Можливі тенденції покращення	«-» загроза неправочинного ведення підприємницької діяльності	+ 1	
Демографічні фактори 1. Міграція населення	Відтік висококваліфікованих кадрів за кордон	Зростаюча тенденція	«-» зменшення на ринку праці кількості необхідних висококваліфікованих спеціалістів	+ 2	Стимулювання висококваліфікованих спеціалістів різними преміями, надбавками
2. Скорочення чисельності населення в регіоні	Щорічне зменшення чисельності населення	Збільшення смертності	«-» можливе зниження споживчої аудиторії	+ 1	Надання пільг багатодітним матерям

Джерело: складено автором на основі [31]



Таблиця П.1 – Оцінка конкурентоспроможності підприємства ПП АМ «Сервісенерго»\*

Ключові фактори успіху	Питома вага показника, Коef.	ПП АМ «Сервісенерго»		ПП НВП «Енергоефект»		ПП «БУД Сервіс»		ТОВ «Агробуд»		ТОВ «Водно-будівельне підприємство»	
		Бал	Бал із врах. коef.	Бал	Бал із врах. коef.	Бал	Бал із врах. коef.	Бал	Бал із врах. коef.	Бал	Бал із врах. коef.
Розташування підприємства	0,05	7	0,35	6	0,3	6	0,3	7	0,35	8	0,4
Якість послуг	0,1	6	0,6	7	0,7	7	0,7	6	0,6	6	0,6
Асортимент послуг	0,05	4	0,2	4	0,2	5	0,25	6	0,3	8	0,4
Імідж підприємства на ринку	0,1	7	0,7	6	0,6	6	0,6	5	0,5	6	0,6
Використання інноваційних технологій в процесі обслуговування споживачів	0,2	5	1	8	1,6	7	1,4	7	1,4	8	1,6
Собівартість послуг	0,1	6	0,6	7	0,7	6	0,6	7	0,7	8	0,8
Кваліфікованість персоналу	0,2	6	1,2	7	1,4	6	1,2	7	1,4	7	1,4
Маркетинг та збут	0,2	4	0,8	5	1	4	0,8	5	1	6	1,2
Фінансовий стан	0,1	2	0,2	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5
Наявність додаткового сервісу	0,05	2	0,1	4	0,2	3	0,15	4	0,2	5	0,25
<b>Всього</b>	<b>1</b>	<b>49</b>	<b>5,75</b>	<b>59</b>	<b>7,2</b>	<b>54</b>	<b>6,4</b>	<b>59</b>	<b>6,95</b>	<b>67</b>	<b>7,75</b>

*Джерело: складено автором на основі власних проведених досліджень*

\*10-бальна шкала оцінки

