

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЄКТАМИ **MARKETING PROJECT MANAGEMENT**

Компанія "Мед-Світ" заснована у 2010 році, спеціалізується на постачанні медичного обладнання та витратних матеріалів. З моменту свого заснування вона орієнтується на задоволення потреб державних і приватних медичних закладів. Основні етапи розвитку включають:

2010–2015: Формування бази постачальників та перші контракти з лікарнями.

2016–2019: Вихід на міжнародний ринок, збільшення асортименту імпортного обладнання.

2020–дотепер: Розвиток цифрових каналів продажів та впровадження послуг телемедицини.

Місія: Підвищення рівня медичного обслуговування в Україні через забезпечення якісним і сучасним обладнанням. Розширення асортименту продукції.

Залучення нових клієнтів у державному та приватному секторах.

Підвищення ефективності операцій через інноваційні технології.

• Завдання: Впровадження програм лояльності, покращення логістичних процесів, підвищення впізнаваності бренду.

Компанія працює на всій території України, обслуговуючи державні лікарні, приватні клініки та реабілітаційні центри. Основні клієнти:

Державний сектор: лікарні та поліклініки.

Приватний сектор: клініки, стоматологічні кабінети, лабораторії.

Спеціалізовані установи: центри реабілітації, діагностичні центри.

Компанія "Мед-Світ" заснована у 2010 році, спеціалізується на постачанні медичного обладнання та витратних матеріалів. З моменту свого заснування вона орієнтується на задоволення потреб державних і приватних медичних закладів. Основні етапи розвитку включають:

2010–2015: Формування бази постачальників та перші контракти з лікарнями.

2016–2019: Вихід на міжнародний ринок, збільшення асортименту імпортного обладнання.

2020–дотепер: Розвиток цифрових каналів продажів та впровадження послуг телемедицини.

Місія: Підвищення рівня медичного обслуговування в Україні через забезпечення якісним і сучасним обладнанням.

Цілі: Розширення асортименту продукції.

Залучення нових клієнтів у державному та приватному секторах.

Підвищення ефективності операцій через інноваційні технології.

Завдання: Впровадження програм лояльності, покращення логістичних процесів, підвищення впізнаваності бренду.

Розширення асортименту продукції.

Залучення нових клієнтів у державному та приватному секторах.

Підвищення ефективності операцій через інноваційні технології.

Завдання: Впровадження програм лояльності, покращення логістичних процесів, підвищення впізнаваності бренду.

Компанія працює на всій території України, обслуговуючи державні лікарні, приватні клініки та реабілітаційні центри. Основні клієнти:

Державний сектор: лікарні та поліклініки.

Приватний сектор: клініки, стоматологічні кабінети, лабораторії.
 Спеціалізовані установи: центри реабілітації, діагностичні центри.

Таблиця 1

Динаміка основних показників роботи компанії за останні три роки

Показник	2021	2022	2023	Зміна, %(2023 до 2021)
Виручка, млн грн	15.0	16.5	18.0	+20%
Витрати, млн грн	12.0	12.7	13.5	+12.5%
Чистий прибуток, млн грн	3.0	3.8	4.5	+50%
Операційна маржа, %	20.0%	23.0%	25.0%	+5 %

Динаміка демонструє стабільне зростання виручки та прибутку. Компанія ефективно контролює витрати, що позитивно впливає на рентабельність.

Таблиця 2

Рентабельність підприємства

Показник	2021	2022	2023	Зміна, %
Рентабельність активів (ROA), %	10.0	12.3	13.33	+3.33 %
Рентабельність продажів, %	20.0	23.0	25.0	+5 %

Зростання рентабельності активів та продажів свідчить про ефективне використання ресурсів.

Таблиця 3

Аналіз ліквідності та платоспроможності

Коефіцієнт	2021	2022	2023	Норма
Поточна ліквідність	1.5	1.6	1.8	≥ 1.5
Швидка ліквідність	1.2	1.3	1.4	≥ 1.0
Абсолютна ліквідність	0.5	0.6	0.7	≥ 0.2

Усі показники ліквідності відповідають нормі, що свідчить про здатність компанії своєчасно погашати короткострокові зобов'язання.

Список використаних джерел:

1. Костирко Л. А., Терещенко О. О., Костирко Р. О., Середа О. О. Вартісно-орієнтоване управління фінансами підприємств: Навчальний посібник. Северодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2019. 466 с.
2. Краснокутська Н. С., Коптева Г. М. Оцінка бізнесу : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХП», 2021. 229 с.
3. Лановська Г. І., Багацька К. В., Касьянова А. О. Управління вартістю підприємства. Практикум. Київ: КНТЕУ, 2020. 28 с.