

УНІВЕРСИТЕТ «КРОК»

Навчально-науковий інститут менеджменту та освіти дорослих

Кафедра управлінських технологій

Гріваков Дмитро Олексійович

УДК 005.51:347.71

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

“Планування комерційної діяльності підприємства”

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: «Менеджмент»

Подається на здобуття освітнього рівня бакалавр

кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



Гріваков Д.О.

(Підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник (консультант)

Філатов Сергій Антонович

кандидат технічних наук, доцент

Київ-2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	5
1.1 Сутність та роль планування у комерційній діяльності	5
1.2 Чинники, що впливають на комерційну діяльність	10
1.3 Види та сутність бізнес-планів у комерційній діяльності	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	17
2.1 Загальна характеристика підприємства “Ед Рем”	17
2.2 Аналіз конкурентного середовища підприємства “Ед Рем”	22
2.3 Аналіз ресурсного потенціалу підприємства “Ед Рем”	27
РОЗДІЛ 3. ПЛАНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	38
3.1 Формування стратегії комерційної діяльності підприємства “Ед Рем”	38
3.2 Розробка бізнес-плану для комерційної діяльності підприємства “Ед Рем”	42
3.3 Розроблення рекомендацій щодо впровадження запропонованих заходів	44
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Комерційна діяльність є невід'ємною частиною сучасного бізнесу, яка охоплює всі види операцій, пов'язаних із купівлею та продажем товарів і послуг. Він відіграє вирішальну роль у світовій економіці, сприяючи обміну товарами та послугами між виробниками та споживачами в різних країнах і регіонах. Комерційна діяльність - це складний процес, який включає різні етапи, включаючи розробку продукту, маркетинг, продажі, дистрибуцію та обслуговування клієнтів.

У цій дипломній роботі досліджуватимуться різні аспекти комерційної діяльності та їх вплив на бізнес. Зокрема, вивчатиметься роль маркетингу в отриманні прибутку для компаній, важливість фінансового менеджменту для забезпечення довгострокового успіху та стратегії, які підприємства можуть використовувати для управління ризиками та невизначеністю на нестабільному ринку.

Актуальність теми дослідження. Постійні зміни в зовнішньому середовищі, зростання конкуренції, значний рівень ризику та невизначеності – це ті умови, в яких сьогодні функціонують вітчизняні підприємства, саме вони спонукають їх здійснювати постійний пошук нових можливостей реалізації власної продукції. Ефективність цього пошуку безпосередньо залежить від управлінських стратегічних рішень стосовно збутової діяльності підприємств.

Мета роботи спрямована на дослідження поняття комерційної діяльності та її значення в сучасному бізнесі.

Предмет дослідження - ключові фактори, що впливають на успіх комерційної діяльності, такі як: аналіз ринку, стратегії ціноутворення, рекламні та рекламні кампанії, управління взаємовідносинами з клієнтами.

Об'єкт дослідження - внутрішнє та зовнішнє бізнес-середовище, аудиторської компанії "Ед Рем"

Теоретичні та методичні дослідження полягають в формуванні та обґрунтуванні концепції ефективного комерційної діяльності підприємства. В

практичній частині роботи запропоновано сучасні напрямки підвищення ефективності комерційної діяльності діяльністю підприємства, що надасть можливість працювати над подальшим вдосконаленням стратегії на підприємстві і приведення її у відповідність до сучасних методик та стандартів.

Структура дипломної роботи обумовлена її завданням та предметом. Бакалаврська дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, що поділені на підрозділи, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Сутність та роль планування у комерційній діяльності

Планування - це процес розробки стратегій та цілей, а також визначення дій та ресурсів, необхідних для їх досягнення. Його сутність полягає в тому, що він дає можливість керівництву організації зорієнтувати всіх співробітників на спільні цілі, уникнути невідповідності між планами та виконанням робіт, а також дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси.

Планування може бути короткостроковим, середньостроковим та довгостроковим, залежно від періоду, на який воно розробляється. До короткострокового планування можна віднести планування виробництва на декілька тижнів або місяців, до середньострокового - на рік або два, а до довгострокового - на п'ять років та більше.

Комерційна діяльність - це діяльність, яка зорієнтована на отримання прибутку шляхом купівлі і продажу товарів або послуг. Вона є важливим аспектом підприємницької діяльності і дозволяє підприємствам забезпечувати свою життєздатність та розвиток.

Історія комерційної діяльності пов'язана з розвитком торгівлі в різних епохах. У середньовіччі, торгівля відбувалась переважно на базарах та ярмарках, де купці з різних країн збиралися для купівлі та продажу товарів. У новітні часи, з появою фабрик та масового виробництва, комерційна діяльність перейшла на новий рівень, де підприємства стали пропонувати широкий асортимент продукції та послуг.

З часом з'явилася ідея створення торгових компаній, що об'єднували купців та забезпечували їхню комерційну діяльність.

З появою промислової революції в кінці XVIII століття комерційна діяльність стала значно складнішою та різноманітнішою. Тоді з'явилася можливість масового виробництва товарів та їх широкої реалізації на різних ринках. Торговельні компанії та біржі стали активно розвиватися в цей період.

Сьогодні комерційна діяльність є важливим складовим елементом

економіки кожної країни. Це полягає в тому, що підприємства виробляють товари та послуги, які потрібні споживачам, та продають їх на ринку з метою отримання прибутку.

Успішне планування забезпечує стабільність та ефективність діяльності організації, допомагає прогнозувати ризики та вчасно приймати рішення щодо їх запобігання. Планування є невід'ємною частиною управління організацією та впливає на її конкурентоспроможність та успішність.

Планування є важливою складовою комерційної діяльності, яка відіграє вирішальну роль у забезпеченні успіху підприємства. За своєю суттю планування передбачає систематичний і стратегічний розвиток цілей і завдань, а також створення дорожньої карти для досягнення цих цілей. Ця дорожня карта зазвичай включає серію кроків, часові рамки та стратегії розподілу ресурсів, які спрямовані на те, щоб спрямовувати підприємство до досягнення бажаних результатів [2].

Предметом планування на підприємстві є забезпечення раціонального та ефективного використання ресурсів, досягнення запланованих результатів та максимально можливого задоволення потреб споживачів. Планування охоплює всі сфери діяльності підприємства, включаючи виробництво, фінанси, маркетинг, логістику, кадри тощо. Це процес, який допомагає підприємству визначити мету та цілі, вибрати оптимальні стратегії, розробити плани дій та ресурсні плани, а також встановити критерії контролю за виконанням запланованого. Завдяки плануванню, підприємство може підвищити ефективність використання своїх ресурсів, збільшити прибуток та конкурентоспроможність на ринку.

Обмеження товарно-грошових відносин звужує комерційну діяльність, оскільки переводить обмін ресурсів, продукції у планово-розподільче русло. Рівень доходів покупців (населення, підприємств) визначає платоспроможний попит, тому безпосередньо впливає на комерційну діяльність.

Чим вищий рівень доходів, тим активніше функціонує ринок, тим більші масштаби купівлі-продажу. Відповідно інтенсифікується комерційна діяльність, удосконалюються форми і методи купівлі-продажу, різноманітнішими стають

комерційні операції. Важливо підкреслити, що й сама структура доходів впливає на платоспроможний попит. Так, висока частка натуроплати в доходах переключає попит на товари першої необхідності і звужує сферу комерційної діяльності. Як правило, за низьких грошових доходів населення попит переключається на продовольчу групу товарів і на обов'язкові послуги.

Податкова система виступає важливою умовою і чинником розвитку комерційної діяльності. З посиленням податкового "пресу" комерційна діяльність знижує активність або переходить у сектор нелегальної економіки.

Значний вплив на комерційну діяльність мають внутрішньфірмові чинники.

Важливість планування в комерційній діяльності неможливо переоцінити. Без ефективного планування підприємства ризикують діяти без чітких цілей чи напрямків, і їм буде важко адаптуватися до мінливих ринкових умов або досягти довгострокового успіху. Планування допомагає створити структуру для прийняття рішень і може допомогти підприємствам передбачати й реагувати на потенційні виклики чи можливості до того, як вони виникнуть [2].

Крім того, планування відіграє вирішальну роль у розподілі ресурсів, що є критично важливим компонентом комерційної діяльності. Ефективне планування може допомогти підприємствам розподілити ресурси таким чином, щоб максимізувати ефективність і результативність, гарантуючи, що ресурси використовуються для досягнення максимально можливого ефекту. Це може допомогти підприємствам швидше й успішніше досягати своїх цілей, що зрештою призведе до підвищення прибутковості та конкурентоспроможності.

Підсумовуючи, планування є критично важливим компонентом комерційної діяльності, який відіграє важливу роль у забезпеченні успіху підприємства. Забезпечуючи основу для прийняття рішень, керуючи розподілом ресурсів і допомагаючи підприємствам передбачати та реагувати на виклики та можливості, планування допомагає створити дорожню карту для досягнення успіху та максимізації прибутковості. Тому дуже важливо, щоб підприємства інвестували необхідний час і ресурси в ефективні процеси планування, щоб

досягти довгострокового успіху та конкурентоспроможності.

Принципи і методи планування - це основні принципи та методи, які використовуються в процесі планування на підприємстві. Основними принципами планування є принцип системності, комплексності, реалізованості, точності, гнучкості, резервування, довгостроковості та реалізації цілей підприємства.

Методи планування включають різноманітні техніки та інструменти, які допомагають здійснювати планування на різних рівнях та в різних сферах діяльності підприємства. До основних методів планування можна віднести аналіз та оцінку даних, математичні методи, експертні оцінки, аналіз ситуації на ринку, стратегічне планування, бюджетування та інші.

Важливо зазначити, що вибір конкретних принципів та методів планування залежить від специфіки діяльності підприємства та його потреб. Ефективне планування дозволяє підприємству здійснювати свою діяльність з максимальною продуктивністю та оптимальним використанням ресурсів.

Основні методи планування на підприємстві можна розбити на наступні групи [2]:

— Стратегічне планування - визначення загальної стратегії розвитку підприємства на довгостроковий період (більше 3 років).

— Тактичне планування - розробка планів на середньостроковий період (від 1 до 3 років) з урахуванням виконання стратегічних завдань.

— Операційне планування - розробка конкретних планів на короткостроковий період (менше 1 року) з урахуванням виконання тактичних планів.

— Фінансове планування - розробка планів фінансових показників підприємства на довгостроковий, середньостроковий та короткостроковий періоди.

— Виробниче планування - розробка планів виробництва продукції на довгостроковий, середньостроковий та короткостроковий періоди з урахуванням виробничих потужностей та ринкових потреб.

— Логістичне планування - розробка планів на розподіл ресурсів, матеріальних запасів та транспортних потоків на довгостроковий, середньостроковий та короткостроковий періоди.

— Кадрове планування - розробка планів на підготовку, розвиток та збереження кадрів на довгостроковий та середньостроковий періоди.

Організаційно-централізоване планування є одним з видів планування на підприємстві, при якому планування проводиться в централізованому порядку. Це означає, що керівництво підприємства або його окремих підрозділів приймає рішення про виконання тих чи інших завдань, формує цілі та плани, відповідно до яких працюють всі підрозділи компанії.

Організаційно-централізоване планування є ефективним методом керування на підприємстві, оскільки забезпечує єдиний підхід до планування, уніфікує процеси та спрощує управління. Крім того, такий підхід дозволяє врахувати всі фактори, які впливають на діяльність підприємства, і забезпечити максимальну ефективність використання ресурсів.

Однак, організаційно-централізоване планування також може мати свої недоліки. Наприклад, у разі недостатньої уваги до індивідуальних потреб підрозділів, може виникнути конфлікт між централізованим керівництвом та окремими підрозділами. Крім того, цей підхід може бути менш гнучким в порівнянні з децентралізованим плануванням, коли керівництво дає більше повноважень окремим підрозділам.

Комерційний успіх можна визначити як досягнення підприємством високих фінансових результатів, збільшення частки ринку, задоволення потреб споживачів і створення високої репутації бренду. Сутність комерційного успіху полягає в досягненні поставлених цілей і завдань з максимальною ефективністю та рентабельністю.

Система планів підприємства - це комплексний підхід до планування діяльності підприємства, що передбачає розробку різних видів планів для різних сфер діяльності підприємства. Це можуть бути такі плани, як виробничий, фінансовий, маркетинговий, кадровий та інші. Кожен план відповідає за свою

галузь діяльності підприємства і містить конкретні цілі, завдання, ресурси, строки та результати, які необхідно досягти в процесі роботи.

Система планів підприємства допомагає забезпечити координацію діяльності різних підрозділів підприємства та досягнення загальних стратегічних цілей [2]. Вона дає можливість визначити ефективність роботи кожного підрозділу, розподілити ресурси, контролювати виконання планів та коригувати їх у разі потреби. Крім того, система планів є необхідним інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та прогнозування розвитку підприємства в майбутньому.

1.2 Чинники, що впливають на комерційну діяльність

На конкурентному ринку вкрай важливо визначити та зрозуміти фактори, які можуть мати значний вплив на успіх чи невдачу комерційної діяльності. Ці фактори включають як зовнішні, так і внутрішні елементи, які можуть вплинути на діяльність, прибутковість і загальну продуктивність бізнесу.

Внутрішні фактори, що впливають на комерційну діяльність, включають бізнес-стратегію, стиль управління, людські та фінансові ресурси. Ефективність бізнес-стратегії може вплинути на її успіх або невдачу, тоді як стиль управління може вплинути на мотивацію та продуктивність співробітників. Людські ресурси, включаючи наймання, навчання та утримання персоналу, також можуть мати значний вплив на ефективність бізнесу. Фінансові ресурси, такі як капітальні інвестиції та управління грошовими потоками, мають вирішальне значення для зростання та стійкості бізнесу [6].

Внутрішні фактори стосуються специфічних атрибутів підприємства, які можуть вплинути на його успіх. Ці фактори включають організаційну структуру підприємства, його стиль управління, його фінансові ресурси, його маркетингові стратегії, а також його загальну культуру та цінності. Ефективне управління цими внутрішніми факторами має вирішальне значення для забезпечення того, що підприємство здатне працювати ефективно та результативно, а також адаптуватися до мінливих умов ринку.

Зовнішні фактори, які впливають на комерційну діяльність, включають економічний клімат, політичне та правове середовище, технологічний прогрес, ринкову конкуренцію та поведінку споживачів. Зміни в економічному кліматі можуть мати значний вплив на моделі споживчих витрат і інвестиційні рішення бізнесу. Політичне та правове середовище також може впливати на бізнес-операції, особливо щодо правил і податків. Технологічний прогрес може запропонувати нові можливості, але також порушити існуючі бізнес-моделі. Конкуренція з боку конкуруючих компаній може вплинути на частку ринку та стратегії ціноутворення, а поведінка споживачів також може вплинути на попит на продукти та послуги.

Зовнішні фактори - це ті, які знаходяться поза межами прямого контролю підприємства, але все ще можуть мати значний вплив на його успіх. Ці фактори включають ринкові умови, економічні тенденції, політичне та нормативне середовище та технологічний прогрес. Підприємства повинні мати можливість реагувати на ці зовнішні фактори, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішними.

Підприємствам важливо постійно контролювати ці фактори та адаптуватися до них, щоб залишатися конкурентоспроможними та прибутковими. Розуміння взаємодії цих внутрішніх і зовнішніх факторів може сприяти прийняттю бізнес-рішень і допомогти розробити стратегії, які пом'якшують потенційні ризики та використовують нові можливості.

Окрім цих широких категорій, існує низка специфічних факторів, які можуть впливати на комерційну діяльність. Ці фактори включають конкуренцію, поведінку та переваги споживачів, ринки праці, управління ланцюгом постачання та екологічну стійкість. Ефективне управління цими факторами має вирішальне значення для того, щоб підприємство могло залишатися конкурентоспроможним і відповідати потребам і перевагам своїх клієнтів.

Загалом, успіх комерційної діяльності залежить від широкого кола внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть впливати на кожен аспект діяльності підприємства. Ефективне управління цими факторами має вирішальне значення

для забезпечення того, що підприємство здатне працювати ефективно та результативно, адаптуватися до мінливих ринкових умов і залишатися конкурентоспроможним у все більш динамічному та складному бізнес-середовищі.

Складові комерційного успіху можна розглянути наступним чином [8]:

— Фінансовий успіх: досягнення максимального прибутку і зниження витрат. Фінансовий успіх також пов'язаний з ефективним управлінням фінансовими ресурсами.

— Ринкова складова: збільшення частки ринку і підвищення конкурентоспроможності продукту або послуги.

— Якість продукту або послуги: створення якісного продукту або послуги, які повністю задовольняють потреби споживачів.

— Інноваційна складова: впровадження нових технологій, ідеї та рішень, що дозволяють створити продукт або послугу більш привабливою для споживачів та ефективною для компанії.

— Комунікаційна складова: створення позитивного іміджу компанії, підвищення свідомості та лояльності споживачів до бренду.

— Людський ресурс: досягнення максимальної ефективності роботи працівників, підвищення їх мотивації та професійного розвитку.

Існує кілька можливих недоліків та проблем, пов'язаних з чинниками, що впливають на комерційну діяльність:

— Недостатня аналітика ринку: Компанії, які не проводять достатньо аналітики ринку, можуть пропустити потенційні можливості для розвитку свого бізнесу та не знати про нові тренди та напрямки розвитку своєї галузі.

— Недостатня конкурентоспроможність: Компанії, які не можуть змагатися з іншими гравцями на ринку, можуть зазнавати проблем зі збільшенням своїх продажів та ринкової частки.

— Недостатній фінансовий контроль: Компанії, які не мають достатньої системи фінансового контролю, можуть зазнавати проблем зі збитками та

низькою рентабельністю.

— Недостатній менеджмент продажів: Компанії, які не мають достатньої ефективної стратегії продажів, можуть зазнавати проблем зі збільшенням обсягу продажів та залученням нових клієнтів.

— Недостатній маркетинг: Компанії, які не мають достатньої маркетингової стратегії, можуть зазнавати проблем зі збільшенням уваги до свого бренду та продуктів.

— Недостатній кадровий потенціал: Компанії, які не можуть залучити та утримати кваліфікованих працівників, можуть зазнавати проблем зі здійсненням своїх бізнес-планів та стратегій.

1.3 Види та сутність бізнес-планів у комерційній діяльності

У світі комерційної діяльності наявність надійного бізнес-плану є важливою умовою успіху. Бізнес-план — це офіційний документ, який визначає цілі, стратегії та фінансові прогнози компанії на майбутнє [13]. Ці плани бувають різних типів і служать різним цілям, кожен із яких має свою унікальну суть.

Одним із видів бізнес-плану є стартовий план. Цей план розроблено для нових підприємств, які тільки починають роботу. У ньому викладено місію, бачення та цілі компанії, а також стратегії, які вона використовуватиме для їх досягнення. Він також містить фінансові прогнози, такі як прогноз продажів і бюджет витрат, щоб допомогти інвесторам зрозуміти потенціал компанії для успіху.

Іншим видом бізнес-плану є оперативний план. Цей план зосереджений на повсякденній діяльності існуючого підприємства. Він описує організаційну структуру компанії, процеси управління та процедури виробництва чи надання послуг. Операційний план також містить інформацію про управління ланцюгом постачання компанії, маркетингові стратегії та фінансові прогнози на наступний рік.

Третім видом бізнес-плану є стратегічний план. Цей план орієнтований на довгострокове бачення та цілі підприємства. У ньому викладено аналіз ринку

компанії, стратегії розвитку та фінансові прогнози на кілька років у майбутньому. Стратегічний план також містить інформацію про корпоративну культуру компанії, ідентичність бренду та загальне бачення майбутнього.

Незалежно від типу бізнес-плану, всі вони мають спільну суть. Вони є планом майбутнього успіху компанії. Хороший бізнес-план допомагає компанії зосереджуватися на своїх цілях, передбачати потенційні проблеми та приймати обґрунтовані рішення на основі даних і аналізу. Бізнес-план також служить інструментом для донесення бачення та цілей компанії до зацікавлених сторін, включаючи інвесторів, клієнтів і співробітників.

Підсумовуючи, бізнес-плани є важливою складовою комерційної діяльності. Вони бувають різних типів, кожен зі своєю унікальною сутністю. Добре написаний бізнес-план містить дорожню карту майбутнього успіху компанії та допомагає переконатися, що вона залишається зосередженою на своїх цілях. Незалежно від того, чи це план стартапу, операційний план чи стратегічний план, наявність надійного бізнес-плану є важливою для будь-якого підприємства, яке хоче процвітати в сучасному конкурентному бізнес-середовищі.

Основним завданням комерційних служб є забезпечення прибутковості підприємства шляхом збуту товарів та послуг. Однак, деякі з функцій можуть створювати проблеми, наприклад [18]:

— Маркетингові дослідження, які проводяться комерційними службами, можуть бути неповними або недостатньо об'єктивними, що може призвести до прийняття невдалого рішення щодо реклами, позиціонування товару на ринку та інших маркетингових аспектів.

— Керування продажами може зосереджуватися на надмірному продаванні, замість управління продажами, що може привести до втрати довіри клієнтів та погіршення іміджу компанії.

— Аналіз даних про продажі може бути неповним або недостатньо об'єктивним, що може призвести до помилкових висновків та відповідно - невдалого планування.

— Відділ збуту може зосереджуватися на короткострокових цілях, забуваючи про стратегічні плани розвитку компанії.

— Комунікація з клієнтами може бути неефективною, що призведе до невдалих спроб просування товарів та послуг.

Отже, хоча функції комерційних служб підприємств є важливими для забезпечення прибутковості та успішності компанії, необхідно приділяти увагу можливим проблемам та недолікам в їх роботі.

Комерційна інформація є ключовим активом будь-якої аудиторської компанії, оскільки вона включає в себе конфіденційну інформацію про клієнтів компанії, їх бізнес-процеси, фінансову звітність, власність і технології. Збір, зберігання та обробка такої інформації має бути здійснена з урахуванням вимог законодавства та вимог клієнтів.

Однією з функцій комерційної служби аудиторської компанії є забезпечення безпеки та захисту комерційної інформації від несанкціонованого доступу, використання та поширення. Для цього необхідно розробляти та впроваджувати політику захисту інформації, включаючи процедури контролю доступу до інформації, шифрування даних, резервне копіювання інформації та інші заходи, які зменшують ризики витоку комерційної інформації.

Крім того, комерційна служба має забезпечувати правильне використання комерційної інформації відповідно до вимог законодавства та внутрішніх політик компанії, у тому числі в контексті забезпечення конфіденційності та захисту прав клієнтів компанії.

Складання бізнес-плану актуально для організацій різних сфер діяльності, оскільки дозволяє спланувати і оптимізувати ресурси для максимізації фінансового результату компанії. Бізнес-план є однією з найважливіших складових внутрішньфірмового планування. Бізнес-план показує характеристику процесу, показує як функціонує підприємство і як керівники будуть досягати поставленої задачі компанії.

Бізнес-план розвитку підприємства відображає концепцію ведення і розвитку бізнесу. Виникає можливість ретельного опрацювання стратегії

організації бізнесу, що дозволяє уникнути помилок ще на початку проекту. Для цього необхідно розглянути бізнес з усіх боків: маркетингу, виробничої діяльності та фінансів. Він дозволяє порівняти фактичні результати діяльності з раніше наміченими. Наприклад, фінансовий розділ бізнес-плану може служити основою бюджету виробництва, інструментом контролю, сприятливі або небажані відхилення дозволяють уточнити розвиток бізнесу на перспективу.

Визначень бізнес-плану є безліч. Наступне формулювання показує призначення і мету більш повно: бізнес-план - це основний документ, який дозволяє детально викласти, обґрунтувати та оцінити можливості інвестиційного проекту для створення нового або розвитку діючого виробництва (діяльності). Високо дохідні і конкурентоспроможні інноваційні проекти служать в ринкових відносинах основними об'єктами бізнес-планування.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1 Загальна характеристика підприємства “Ед Рем”

Аудиторська компанія - це фірма, яка надає послуги з оцінки фінансової звітності та фінансового стану підприємств [19]. Основною метою діяльності аудиторської компанії є надання незалежної думки щодо достовірності та об'єктивності фінансової звітності підприємств. До основних послуг, які надає аудиторська компанія, входять [19]:

- Перевірка фінансової звітності підприємств з метою встановлення достовірності та об'єктивності цих звітів.
- Надання консультацій з питань фінансового управління та податкового планування.
- Проведення різних видів аудиту, включаючи операційний аудит, податковий аудит, аудит інформаційних технологій та ін.
- Ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності для клієнтів.

Аудиторська компанія є незалежним підрозділом, який не пов'язаний з підприємством-клієнтом і має свої власні методології та стандарти проведення аудиту. Основними клієнтами аудиторських компаній є підприємства різних галузей та розмірів, банки, державні органи, неприбуткові організації та інші суб'єкти господарювання.

ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”” створена у 2017 році та має у своєму складі кваліфікованих, досвідчених спеціалістів, та пишається здобутками, які формують їх як лідерів і скеровують на подальший розвиток. Засновницею та директоркою компанії є Салова Наталія [20]. Компанія знаходиться за адресою 04119, Україна, 04119, місто Київ, ВУЛИЦЯ ЮРІЯ ІЛЛЄНКА, будинок 83-Д, секція V, ПОВЕРХ 6.

Місією компанії є надання високоякісних послуг з аудиту та консалтингу з метою допомогти клієнтам досягнути успіху у бізнесі та збільшити їхню вартість на ринку.

Покликанням компанії є змінювати світ, розширюючи межі знань.

“Аудиторська компанія “Ед Рем”” є приватною організацією.

Кінцевим продуктом аудиторської компанії є надання аудиторських послуг, які призначені для забезпечення інформаційної достовірності та надійності фінансової звітності клієнтів.

Споживачами її послуг можуть бути будь-які підприємства, організації, установи, які мають потребу в аудиторських послугах. “Аудиторська компанія “Ед Рем”” діє на ринку аудиторських послуг, який є частиною ринку професійних послуг. Цей ринок характеризується високою конкуренцією, що вимагає від компаній розвитку конкурентних переваг та постійного підвищення якості послуг. Основними послугами, які надає компанія, є аудит фінансової звітності, перевірка внутрішнього контролю, консультування з питань оподаткування та фінансового планування. Крім того, компанія також може надавати послуги з бухгалтерського обліку та звітності для своїх клієнтів.

Характеристика основних послуг компанії [20]:

— Аудит (ініціативний) та погоджені процедури. Підтвердження річної фінансової звітності завжди є і буде класичною аудиторською послугою, як для господарюючих суб'єктів, так і для неприбуткових організацій. Компанія готова провести аудит на замовлення якісно та вчасно.

— Консультації з питань бухгалтерського та податкового обліку. Отримання своєчасної професійної консультації щодо порядку ведення бухгалтерського обліку за П(С)БО та МСФЗ, складання фінансової та податкової звітності стане у нагоді за будь-яких обставин.

— Трансфертне ціноутворення. Помилки при формуванні Звіту про контрольовані операції та складанні трансфертної документації коштують підприємству дуже дорого, тому компанія з радістю допоможе на «відмінно» справитись із поставленими задачами у сфері ТЦУ.

— Навчання. Кваліфікований персонал — запорука успіху будь-якого підприємства. Для удосконалення знань працівників компанія допоможе організувати та провести семінар, практикум, тренінг.

— Аутсорсінг. Все частіше керівництво компаній стикається з

необхідністю та розуміє економічні вигоди від передачі ведення певних напрямків бухгалтерського обліку на обслуговування аудиторським компаніям. Зазвичай це облік заробітної плати, авансових звітів, а іноді і повністю ведення бухгалтерського та податкового обліку всієї компанії.

— Консультаційне обслуговування клієнтів. Консультаційне обслуговування клієнтів – один з провідних напрямків діяльності компанії. Питання, які виникають у процесі щоденної роботи бухгалтерів, фінансистів, економістів, та юристів бувають найрізноманітніші. Іноді – цікаві, іноді надзвичайно складні, іноді – просто унікальні. Компанія допоможе знайти правильне рішення за будь-яких обставин. ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” працює і з іншими видами клієнтів, включаючи корпорації, підприємства малого та середнього бізнесу, некомерційні організації та державні установи.

Компанія має досвід роботи з великими галузями, такими як фінансові послуги, транспорт, логістика, виробництво та багато інших. Компанія прагне до постійного вдосконалення своїх послуг та процесів. Для досягнення цієї мети вона використовує сучасні технології та методики, співпрацює з провідними вченими та фахівцями в галузі аудиту та фінансів.

Компанія має позитивну репутацію на ринку послуг та займає лідерські позиції серед аудиторських компаній в Україні. Діяльність компанії є орієнтованою на досягнення результатів та задоволення потреб клієнтів, що дозволяє їй відрізнитись серед конкурентів. Основні компоненти місії компанії включають :

- Надання високоякісних аудиторських та консалтингових послуг.
- Допомога клієнтам у досягненні успіху в бізнесі та збільшенні їхньої вартості на ринку.
- Забезпечення професійної етики та відповідності найвищим стандартам професійної поведінки в галузі аудиту та консалтингу.
- Підтримка стійких взаємовідносин з клієнтами, співробітниками та партнерами.

— Розвиток компетенцій та професійних знань співробітників з метою забезпечення високоякісних послуг для клієнтів.

Ці складові допомагають компанії “Ед Рем” забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів та розширювати свої можливості в сфері аудиту та консалтингу.

Дерево цілей - це інструмент для візуалізації та організації цілей організації, які спрямовані на досягнення місії ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем””. Обґрунтування взаємозв’язку і взаємозалежності цілей організації від характеристики елементів зовнішнього середовища її функціонування:

— Розширення аудиторських послуг та підвищення якості обслуговування - це основні цілі компанії, спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності на ринку аудиторських послуг. Взаємозалежність цих цілей полягає в тому, що підвищення якості обслуговування може призвести до збільшення кількості клієнтів, що, в свою чергу, може сприяти розширенню аудиторських послуг.

— Розвиток додаткових послуг - це ціль, яка допоможе компанії розширити спектр послуг, що надаються клієнтам та підвищити їхню лояльність. Взаємозв’язок між цією ціллю та зовнішнім середовищем полягає в тому, що залежно від потреб та запитів ринку, компанія може вирішити розширити свій спектр послуг або надати нові послуги, що може бути результатом вивчення ринку та аналізу конкурентів.

— Збільшення обсягів продажу - це ціль, яка має на меті збільшення обсягів аудиторських послуг та підвищення прибутковості компанії.

З огляду на те, що "Ед Рем" є українською компанією, можна звернутися до українських постачальників послуг та товарів. Пропозиції щодо можливих умов договорів залежать від конкретного виду продукту або послуги, що потребується підприємству "Ед Рем", та варіюються в залежності від рівня конкуренції на ринку, обсягу замовлення, термінів поставки тощо.

ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" має специфічний сегмент ринку потенційних споживачів. Головними клієнтами компанії є юридичні особи, такі

як підприємства та організації, а також державні установи та органи місцевого самоврядування. Цей сегмент характеризується високою вимогливістю до якості аудиторських послуг, великими обсягами замовлень та відповідальністю за результат.

Поведінкові особливості споживачів в цьому сегменті полягають у тому, що вони зазвичай звертають увагу на досвід та репутацію компанії, а також на її кваліфікацію та професіоналізм співробітників. Крім того, ці клієнти дуже цінують зручність та оперативність взаємодії з компанією, а також гнучкість в укладанні договорів та наданні послуг.

ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" має досить стійку позицію на ринку, оскільки вона має високу репутацію та багаторічний досвід в галузі. Компанія спроможна забезпечувати високу якість аудиторських послуг, а також гнучкі умови співпраці та зручну взаємодію з клієнтами.

Основні варіанти рішень щодо каналів та форм реалізації послуг компанії [23]:

— Реклама та PR. Для залучення нових клієнтів компанія може використовувати різноманітні форми реклами: зовнішню, в Інтернеті, на радіо та телебаченні, а також використовувати PR-інструменти, щоб підвищити свою відомість та підвищити довіру до компанії.

— Соціальні мережі. Соціальні мережі можуть бути ефективним каналом для залучення нових клієнтів, особливо молодших аудиторій. Компанія може створити сторінки в соціальних мережах та публікувати інформацію про свої послуги та взагалі про себе.

— Директ-маркетинг. Компанія може використовувати директ-маркетингові інструменти для залучення нових клієнтів та збереження існуючих, наприклад, електронні листи, листівки, брошури та інші матеріали, які можна розіслати на адреси потенційних клієнтів.

— Конференції та виставки. Компанія може брати участь у різноманітних конференціях та виставках, де вона може презентувати свої послуги та отримувати контакти потенційних клієнтів.

— Основні варіанти рішень щодо просування послуг компанії можуть включати:

— Реклама та промо-акції: Створення рекламних матеріалів, рекламних кампаній, та проведення промо-акцій для залучення уваги до послуг компанії.

— Маркетингові дослідження: Проведення досліджень ринку та конкурентів для розуміння потреб та очікувань клієнтів.

— Онлайн-маркетинг: Використання інтернет-маркетингу, включаючи SEO, контент-маркетинг, рекламу в соціальних мережах, для привернення та залучення клієнтів.

— Співпраця зі спільнотами: Укладання партнерських угод та співпраця зі спільнотами та підприємствами, які можуть бути потенційними клієнтами або посередниками.

— Виставкова діяльність: Участь у виставках та конференціях для показу послуг та залучення нових клієнтів.

— Особисті контакти: Встановлення особистих контактів з потенційними клієнтами та проведення індивідуальних презентацій та переговорів.

— Контент-маркетинг: Створення цікавого та корисного контенту про послуги компанії, який привертає увагу та сприяє підвищенню свідомості про компанію та її послуги.

— Рекомендації клієнтів: Створення сприятливих умов для того, щоб клієнти могли рекомендувати послуги компанії своїм знайомим та партнерам.

2.2 Аналіз конкурентного середовища підприємства “Ед Рем”

Аналіз конкурентного середовища підприємства має вирішальне значення для визначення сильних і слабких сторін підприємства по відношенню до його конкурентів. У випадку ТОВ аудиторської компанії "Ед Рем" першим кроком до аналізу конкурентного середовища є визначення її основних конкурентів на ринку. Конкуренти аудиторської компанії "Ед Рем" в галузі аудиту включають

PwC, KPMG, Deloitte, EY, Рада-аудит і Grant Thornton.

ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" – це компанія, яка пропонує широкий спектр продуктів і послуг у сфері реклами, маркетингу та брендингу. Щоб проаналізувати його конкурентне середовище, необхідно взяти до уваги кілька факторів [24].

По-перше, слід визначити прямих конкурентів "Ед Рем" на ринку. До них належать інші рекламні агентства та маркетингові фірми, які пропонують подібні послуги. Аналізуючи сильні та слабкі сторони цих конкурентів, ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" може розробити стратегії, щоб виділитися та отримати конкурентну перевагу.

По-друге, слід проаналізувати розмір ринку та потенціал зростання рекламної та маркетингової галузі. Це допоможе аудиторській компанії "Ед Рем" зрозуміти загальний попит на його послуги та визначити сфери потенційного зростання.

По-третє, необхідно проаналізувати регуляторне середовище галузі. Це включає закони та нормативні акти, пов'язані з рекламою та маркетингом, а також будь-які галузеві стандарти чи сертифікати, яким ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" має відповідати.

Нарешті, також має розглянути вплив технологічних досягнень на свою галузь. Із зростанням цифрового маркетингу та соціальних медіа Аудиторська компанія "Ед Рем" має бути в курсі останніх тенденцій і технологій, щоб залишатися конкурентоспроможним.

Аналізуючи ці фактори, ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" може отримати всебічне розуміння свого конкурентного середовища та розробити стратегії для досягнення успіху на ринку.

Наступним кроком є аналіз сильних і слабких сторін конкурентів, їхньої частки ринку та послуг, які вони пропонують. PwC, KPMG, Deloitte, EY і Grant

Thornton є міжнародними компаніями з міцною репутацією в галузі. Вони пропонують широкий спектр послуг, таких як аудиторські, податкові, консалтингові та консультаційні послуги.

Конкурентна перевага компанії полягає в його здатності пропонувати персоналізовані послуги своїм клієнтам, зосереджуючись на їхніх конкретних потребах і вимогах. ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" також має міцну репутацію на місцевому ринку, оскільки працює понад 7 років. Однак частка "Ед Рем" на ринку відносно невелика порівняно з її глобальними конкурентами, і їй може бути важко конкурувати з точки зору масштабу та ресурсів.

Щоб залишатися конкурентоспроможним, компанія має зосередитися на інноваціях, розробляючи нові послуги, які задовольняють мінливі потреби клієнтів. ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" також має посилити свою присутність в Інтернеті, інвестуючи в цифровий маркетинг, щоб охопити ширшу аудиторію. Аналізуючи конкурентне середовище та розробляючи стратегічний план, ТОВ Аудиторська компанія "Ед Рем" може позиціонувати себе для довгострокового успіху в галузі аудиту.

Для проведення порівняльного аналізу вибрано компанію аудиторської фірми "Рада-аудит". ТОВ Аудиторська фірма "Рада-аудит" вже понад 20 років успішно працює на ринку аудиторських та консалтингових послуг, як можна бачити фірма ця працює більше років та за обсягами також вона більша.

Обсяги постачання: компанія "Ед Рем" може бути меншою за фірму "Рада-аудит" за обсягами надання послуг, оскільки має менший досвід на ринку та меншу клієнтську базу. Однак, це може компенсуватися високою якістю 28 послуг та персоналом з високим рівнем кваліфікації.

Асортимент продукції: компанії "Ед Рем" та "Рада-аудит" надають подібні послуги з аудиту та консультування, тому асортимент продукції може бути приблизно однаковим.

Ціна продукції: ціни на послуги аудиту та консультування можуть бути високими, але це залежить від рівня конкуренції на ринку та від того, наскільки високий рівень кваліфікації пропонованих послуг.

Якість продукції: якість послуг може бути суттєвою перевагою компанії "Ед Рем" порівняно з фірмою "Рада-аудит", оскільки компанія "Ед Рем" має висококваліфікований персонал та використовує передові технології та методики

аудиту та консультування.

Отже, підприємство “Ед Рем” може мати переваги у високій якості послуг та висококваліфікованому персоналу, але може бути меншим за обсягами порівняно з фірмою “Рада-аудит”. При цьому, визначення конкурентних позицій на ринку залежить від багатьох факторів, таких як рівень конкуренції, ціни на послуги та асортимент продукції, тому компанія “Ед Рем”, яка є малим підприємством, але через якість надання послуг та нижчу ціну має своє впевнене місце серед навіть великих компаній.

SWOT-аналіз - це інструмент стратегічного аналізу, який дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози її зовнішнього середовища. Розглянемо SWOT-аналіз діяльності ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз діяльності ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Висока кваліфікація фахівців з великим досвідом роботи в галузі аудиту та податкової консультації; • Широкий спектр послуг з аудиту та консультування, що задовольняє потреби різних клієнтів; • Відмінна репутація серед клієнтів та партнерів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Залежність від певних клієнтів; • Обмежена географічна присутність. • Обмежений асортимент послуг в порівнянні з конкурентами.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Розширення географічної присутності шляхом відкриття нових офісів та філій; • Розвиток нових продуктів та послуг, які задовольняють потреби ринку; • Використання новітніх 	<ul style="list-style-type: none"> • Конкуренція з боку інших аудиторських та консалтингових компаній; • Зміни законодавства щодо оподаткування та аудиту, що може погіршити умови для бізнесу;

<p>технологій для покращення ефективності та якості наданих послуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Збільшення попиту на послуги компанії з розвитком галузі. • Розвиток партнерських взаємовідносин з ключовими гравцями галузі. 	<ul style="list-style-type: none"> • Геополітичні ризики та економічні труднощі, що можуть негативно вплинути на попит на послуги компанії. • Ризики фінансових втрат через несплату клієнтів або неправильний розрахунок вартості послуг.
--	--

Джерело: розроблено автором

Проаналізувавши зовнішнє середовище та функціонування ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем””, можу зробити наступні висновки:

ТОВ Аудиторська компанія Ед Рем має високу репутацію та довгострокові відносини з клієнтами. Це позитивно впливає на її діяльність та дозволяє підтримувати стабільний потік замовлень.

Конкуренція в галузі досить висока. Це вимагає від компанії постійного вдосконалення та розвитку своїх послуг, щоб збільшувати свою конкурентоспроможність та здатність привертати нових клієнтів. ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”” має чітко визначену стратегію та плани розвитку. Це дозволяє компанії вчасно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та ефективно планувати свою діяльність на майбутнє.

Компанія має висококваліфікований персонал, що дозволяє їй забезпечувати якісне та професійне надання своїх послуг. Однак, необхідно постійно розвивати та навчати свій персонал, щоб він відповідав вимогам часу та змінювався разом з компанією.

Компанія має можливості для розвитку нових напрямків діяльності, таких як консалтингові послуги. Це може допомогти розширити клієнтську базу та збільшити прибуток компанії.

Підсумовуючи, аналіз конкурентного середовища підприємства “Ед Рем” дав цінну інформацію про фактори, які формують позицію компанії в аудиторській галузі. Зрозуміло важливість розуміння й оцінки конкурентного середовища для розробки ефективних стратегій і підтримки конкурентної

переваги.

На конкурентне середовище “Ед Рем” впливають різні чинники, включаючи прямі конкуренти, ринкові тенденції, нормативно-правову базу та переваги клієнтів. Завдяки комплексному аналізу ми визначили ключових конкурентів, які створюють значні проблеми з точки зору частки ринку, досвіду та репутації.

Крім того, ринкові тенденції, такі як збільшення попиту на спеціалізовані аудиторські послуги, прогрес у технологіях та зміна очікувань клієнтів, мають глибокий вплив на конкурентну позицію “Ед Рем”. Розуміння цих тенденцій дозволяє компанії визначити можливості для диференціації та інновацій, гарантуючи, що її послуги залишатимуться актуальними та затребуваними.

Нормативна база, що регулює аудиторську галузь, також відіграє вирішальну роль у формуванні конкурентного середовища. Дотримання галузевих стандартів і правил, таких як Міжнародні стандарти аудиту (ISA), має важливе значення для Ed Rem, щоб зміцнити довіру та авторитет серед клієнтів і зацікавлених сторін.

Уподобання та очікування клієнтів є ще одним важливим фактором у конкурентному середовищі. Клієнти шукають аудиторів, які демонструють галузеві знання, професіоналізм, надійність і здатність надавати додаткову інформацію. Розуміючи ці вподобання, “Ед Рем” може адаптувати свої послуги, розвивати міцні відносини з клієнтами та відрізнитися від конкурентів.

2.3 Аналіз ресурсного потенціалу підприємства “Ед Рем”

Аналіз ресурсного потенціалу підприємства «Ед Рем» є важливим етапом розробки стратегії розвитку підприємства. Ресурсний потенціал включає фінансові, людські, технічні та організаційні ресурси, які можуть бути використані для досягнення бізнес-цілей підприємства [25].

Організаційна структура Товариства з обмеженою відповідальністю “Аудиторська компанія “Ед Рем”” (рис. 2.1) складається з кількох рівнів управління, які включають:

— Керівництво компанії складається з генерального директора та заступників, які відповідають за різні напрямки діяльності компанії, такі як фінанси, маркетинг та розвиток бізнесу.

— Відділи та підрозділи складаються з відділів, які відповідають за різні функціональні напрямки компанії, такі як аудит, консалтинг, оподаткування, облік та фінанси. Кожен відділ має своїх керівників та фахівців, які виконують різноманітні завдання та функції.

Основні підрозділи компанії “Ед Рем” включають (рис. 2.1):

1. Відділ обліку та аудиту - відповідає за надання послуг з аудиту, обліку та податкової консультації.
2. Відділ фінансового менеджменту - відповідає за фінансові аспекти діяльності компанії, такі як управління бюджетом та фінансові рішення.
3. Відділ корпоративного менеджменту - відповідає за консультування з питань корпоративного управління, такі як управління ризиками та корпоративна стратегія.
4. Відділ маркетингу та продажу - відповідає за рекламу, маркетинг та продаж послуг компанії.

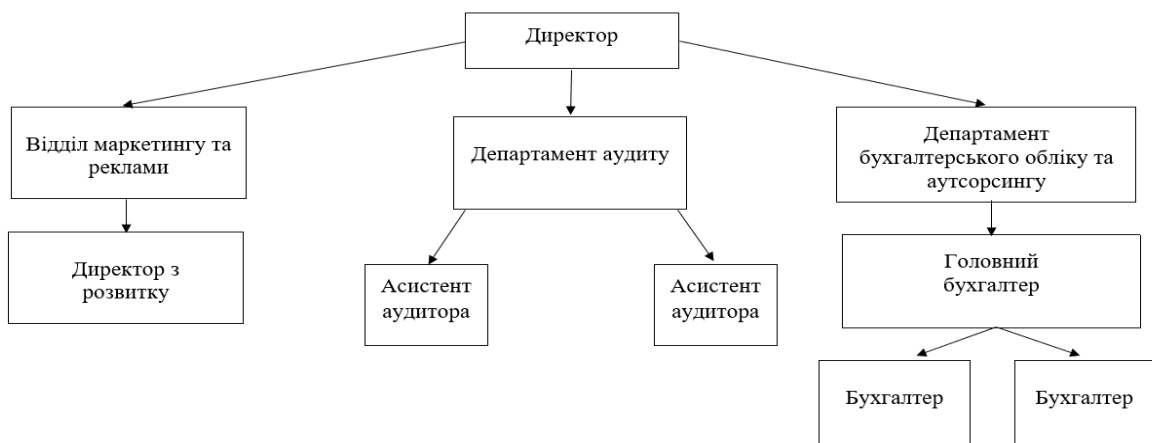


Рис. 2.1 Організаційна структура Товариства з обмеженою відповідальністю
“Аудиторська компанія “Ед Рем””

Джерело: розроблено автором

Організаційна структура ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” дозволяє забезпечувати ефективне управління діяльністю компанії, забезпечувати якість та професіоналізм наданих послуг, а також сприяти розвитку бізнесу.

Загалом, незважаючи на виклики, з якими стикається галузь, компанія має міцну основу для розвитку. Використовуючи свої сильні сторони та усуваючи слабкі сторони, компанія може позиціонувати себе для сталого зростання в майбутньому.

Фінансовий потенціал: Компанія “Ед Рем” має достатній фінансовий потенціал. Фінансовий звіт за попередній рік, наведений в табл.2.2, свідчить про прибуток підприємства, що дозволяє збільшити інвестиції в нові ринки та розробку нових продуктів і послуг. Однак важливо пам’ятати, що фінансовий потенціал є обмеженим ресурсом, і його використання має бути оптимізованим.

Таблиця 2.2

Звіт про фінансові результати ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”

Форма N 2-мс		Код за ДКУД	
		1801007	
Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2424	3736.4
Інші доходи	2160	457.1	7.8
Разом доходи(2000 + 2160)	2280	2881.1	3744.2
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(213.4)	(366.2)
Інші витрати	2165	(1372.4)	(1323.2)
Разом витрати(2050 + 2165)	2285	1585.8	1689.4
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	1295.3	2054.8
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування	2310	15.5	-
Чистий прибуток (збиток)(2290 - 2300 - (+) 2310)	2350	1310.8	2054.8

Джерело: матеріали ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”

Людський потенціал: Компанія “Ед Рем” має досвідчений та кваліфікований персонал, який володіє необхідними знаннями та навичками для надання якісних послуг клієнтам. Збільшення кількості співробітників може

сприяти збільшенню потенціалу компанії, але в той же час може збільшити витрати на зарплати та інші витрати.

Технічний потенціал: “Ед Рем” має достатній технічний потенціал, що дозволяє компанії надавати якісні послуги. Однак для збереження технічного потенціалу та підвищення продуктивності необхідно забезпечити постійну підтримку та обслуговування технічних систем і обладнання.

Організаційний потенціал: “Ед Рем” має ефективну систему управління та чітку організаційну структуру. Компанія має чітко визначений набір процедур і політик, які керують її діяльністю, забезпечуючи ефективне використання ресурсів.

Загалом аналіз ресурсного потенціалу підприємства “Ед Рем” свідчить про наявність у підприємства необхідних ресурсів для досягнення поставлених бізнес-цілей. Однак, щоб повністю реалізувати свій потенціал, компанія повинна розробити стратегічний план, який оптимізує використання її ресурсів і визначає можливості для зростання та розширення. Щоб проаналізувати ресурсний потенціал підприємства, необхідно зрозуміти фінансовий стан і результати діяльності підприємства. Наведені в табл.2.3. дані показують початкові та кінцеві сальдо різних рахунків і обороти за період.

Таблиця 2.3

Оборотно-сальдова відомість ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” за 2022 г.

Виведені дані:		БО (дані бухгалтерського обліку)				
Рахунок	Сальдо на початок періоду		Обороти за період		Сальдо на кінець періоду	
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	600 814,09		411 103,27	914 265,85	97 651,51	
10	922 757,49		32 999,00	790 015,49	165 741,00	
104	155 328,01		32 999,00	30 059,01	158 268,00	
105	759 956,48			759 956,48		
106	7 473,00				7 473,00	

11	78 375,07		4 613,40	15 943,27	67 045,20	
111	1 989,00				1 989,00	
1111	1 989,00				1 989,00	
112	76 386,07		4 613,40	15 943,27	65 056,20	
1121	76 386,07		4 613,40	15 943,27	65 056,20	
12	59 415,00				59 415,00	
127	59 415,00				59 415,00	
13		459 733,47	335 878,47	70 694,69		194 549,69
131		366 780,40	319 935,20	54 198,29		101 043,49
132		78 375,07	15 943,27	4 613,40		67 045,20
1321		78 375,07	15 943,27	4 613,40		67 045,20
133		14 578,00		11 883,00		26 461,00
15			37 612,40	37 612,40		
152			32 999,00	32 999,00		
1521			32 999,00	32 999,00		
153			4 613,40	4 613,40		
1531			4 613,40	4 613,40		
2	41 810,23		753 287,48	787 013,75	8 083,96	
20	40 012,23		85 182,10	118 775,37	6 418,96	
203	1 676,15		29 708,53	31 384,68		
2071	36 800,00			36 800,00		
2072			36 800,00	36 800,00		
209	1 536,08		18 673,57	13 790,69	6 418,96	
22	1 798,00		134,10	267,10	1 665,00	
221	1 798,00		134,10	267,10	1 665,00	
23			213 404,72	213 404,72		
231			213 404,72	213 404,72		
28			454 566,56	454 566,56		
286			454 566,56	454 566,56		
3	713 189,95		10 390 222,20	10 399 291,92	704 120,23	
31	234 087,48		6 942 461,05	6 921 385,46	255 163,07	
311	234 037,48		6 887 490,56	6 866 414,97	255 113,07	
312			54 970,49	54 970,49		
313	50,00				50,00	

33				109 851,44	109 851,44		
333				54 925,72	54 925,72		
334				54 925,72	54 925,72		
36	412 650,20			2 878 689,70	2 867 541,37	423 798,53	
361	412 650,20			2 878 689,70	2 867 541,37	423 798,53	
37	62 973,83			445 450,51	486 853,72	21 570,62	
371	24 612,79			184 537,00	192 649,21	16 500,58	
3711	24 612,79			184 537,00	192 649,21	16 500,58	
372	5 361,04			155 557,94	163 291,94		2 372,96
3721	5 361,04			155 557,94	163 291,94		2 372,96
377	33 000,00			105 355,57	130 912,57	7 443,00	
3771				10 443,00	3 000,00	7 443,00	
3773	33 000,00			94 912,57	127 912,57		
39	3 478,44			13 769,50	13 659,93	3 588,01	
4			1 090 088,68	4 098 433,77	3 352 202,72		343 857,63
40			100 000,00				100 000,00
401			100 000,00				100 000,00
43			25 000,00				25 000,00
44			965 088,68	4 098 433,77	3 352 202,72		218 857,63
441			965 088,68	2 056 973,75	1 310 742,70		218 857,63
443				2 041 460,02	2 041 460,02		
6			265 725,59	3 785 951,17	3 986 223,65		465 998,07
63			5 512,70	237 041,67	234 762,41		3 233,44
631			5 512,70	237 041,67	234 762,41		3 233,44
64			57 715,93	497 894,27	448 205,90		8 027,56
641			57 713,77	460 820,28	411 134,07		8 027,56
6411			25,90	333 929,02	333 903,12		
6414			57 687,87	126 891,26	77 230,95		8 027,56
642			2,16	37 073,99	37 071,83		
65	6 109,33			101 804,11	101 772,44	6 141,00	
651	6 109,33			101 804,11	101 772,44	6 141,00	
66			190,43	450 081,93	449 891,50		
661			190,43	430 188,93	429 998,50		
663				19 893,00	19 893,00		

67				2 041 460,02	2 041 460,02		
671				2 041 460,02	2 041 460,02		
68			208 415,86	457 669,17	710 131,38		460 878,07
681			208 415,86	457 669,17	710 131,38		460 878,07
6811			208 415,86	402 698,68	655 160,89		460 878,07
6812				54 970,49	54 970,49		
7				5 777 595,39	5 777 595,39		
70				2 423 973,81	2 423 973,81		
703				2 423 973,81	2 423 973,81		
71				455 352,89	455 352,89		
711				637,00	637,00		
712				454 715,89	454 715,89		
73				1 714,13	1 714,13		
732				1 714,13	1 714,13		
79				2 896 554,56	2 896 554,56		
791				2 879 326,70	2 879 326,70		
792				1 714,13	1 714,13		
793				15 513,73	15 513,73		
9				1 585 811,86	1 585 811,86		
90				213 404,72	213 404,72		
903				213 404,72	213 404,72		
92				752 761,36	752 761,36		
93				93 960,10	93 960,10		
94				510 171,95	510 171,95		
943				454 566,56	454 566,56		
944				23 937,50	23 937,50		
945				681,77	681,77		
949				30 986,12	30 986,12		
97				15 513,73	15 513,73		
976				15 513,73	15 513,73		
Разом	1 355 814,27	1 355 814,27		26 802 405,14	26 802 405,14	809 855,70	809 855,70

Джерело: матеріали "Аудиторська компанія "Ед Рем""

Щоб проаналізувати ресурсний потенціал підприємства, необхідно зрозуміти фінансовий стан і результати діяльності підприємства.

Одним з важливих рахунків, який слід розглянути, є рахунок 3, який має високий початковий баланс 713 189,95 і високий оборот 10 390 222,20. Кінцевий баланс цього рахунку також високий і становить 10 399 291,92. Цей рахунок відображає загальні активи або ресурси підприємства, а високий баланс свідчить про те, що компанія має потужний ресурсний потенціал.

Рахунок 36, який представляє товарно-матеріальні цінності або запаси підприємства, також має значні обороти 2 878 689,70. Кінцеве сальдо цього рахунку трохи нижче за початкове, але оборот свідчить про те, що компанія здатна ефективно управляти своїми запасами.

Рахунок 37, який представляє дохід від продажу, має оборот 445 450,51, що вказує на те, що компанія отримує дохід. Однак сальдо на кінець лише трохи вище, ніж сальдо на початок, що вказує на те, що компанія може мати деякі труднощі з конвертацією продажів у готівку.

Загалом, високі сальдо на початок і кінець рахунку 3 разом із високим оборотом свідчать про те, що компанія має потужний ресурсний потенціал. Проте відносно низькі кінцеві сальдо рахунків 36 і 37 вказують на те, що можуть бути деякі області для покращення в управлінні запасами та зборі доходів. Однак загальне спостереження полягає в тому, що компанія має суміш дебетових і кредитових сальдо на різних рахунках, що свідчить про те, що вона має як активи, так і зобов'язання. Крім того, здається, що компанія мала певні доходи та витрати протягом періоду, про що свідчать рахунки із сальдо у звіті про фінансові результати. Нарешті, позитивне сальдо у звіті про рух грошових коштів свідчить про те, що компанія мала позитивні чисті грошові потоки протягом періоду. Компанія мала значне зростання доходів порівняно з початком періоду, збільшившись на 753 287,48. Це збільшення можна віднести до доходів, отриманих від різних видів діяльності протягом звітного періоду.

З точки зору витрат, компанія мала 9 695 171,69, які можна розбити на різні категорії, такі як собівартість проданих товарів, операційні витрати та процентні витрати.

Переглядаючи звіт про рух грошових коштів, компанія мала чистий грошовий потік від операційної діяльності в розмірі 446 754,85, що вказує на те, що компанія згенерувала більше готівки, ніж витратила протягом звітного періоду. Чистий грошовий потік компанії від інвестиційної діяльності становив - 464 497,68, що вказує на те, що компанія інвестувала більше готівки, ніж отримала протягом звітного періоду. Чистий грошовий потік компанії від фінансової діяльності склав 201 909,74, що вказує на те, що протягом звітного періоду компанія отримала більше готівки, ніж витратила на фінансову діяльність.

Коефіцієнт поточної ліквідності компанії становить 0,84, що вказує на те, що оборотних активів компанії недостатньо для покриття поточних зобов'язань. Однак коефіцієнт швидкої ліквідності становить 0,44, що вказує на те, що ліквідних активів компанії недостатньо для покриття поточних зобов'язань. Ці коефіцієнти вказують на те, що компанія може зіткнутися з деякими проблемами з ліквідністю і, можливо, їй доведеться вжити заходів для покращення свого стану готівки.

З точки зору рентабельності, рентабельність валового прибутку компанії становила 34,13%, а рентабельність чистого прибутку – 6,77%, що свідчить про те, що компанія отримує пристойний прибуток від своєї господарської діяльності. Однак для забезпечення довгострокової стабільності бізнесу може знадобитися покращити норму прибутку.

Компанії може знадобитися вжити заходів для покращення своєї ліквідності, прибутковості та загального фінансового стану, щоб забезпечити довгостроковий успіх

Згідно з наданою інформацією (табл. 2.4), це баланс мікропідприємства ТОВ «АУДИТОРСЬКА “Ед Рем”» з номером ЄДРПОУ 41170154. Баланс складається з трьох основних розділів: активи, Власний капітал і зобов'язання. У

розділі «Активи» є два підрозділи: «Необоротні активи» та «Оборотні активи». До необоротних активів належать основні засоби, які поділяються на первісну вартість, знос та інші необоротні активи. Поточні активи включають резерви, поточну дебіторську заборгованість, гроші та їх еквіваленти та інші поточні активи.

Таблиця 2.4

Баланс мікропідприємства ТОВ «АУДИТОРСЬКА “Ед Рем”» з номером ЄДРПОУ 41170154.

1. Баланс		Форма N 1-мс	Код за ДКУД 1801006	
на 31.12.2022 р.				
Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду	
1	2	3	4	
I. Необоротні активи				
Основні засоби:	1010	600.8	97.7	
первісна вартість	1011	1060.5	292.2	
знос	1012	(459.7)	(194.5)	
Інші необоротні активи	1090	–	–	
Усього за розділом I	1095	600.8	97.7	
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	41.8	8	
Поточна дебіторська заборгованість	1155	481.7	453.9	
Гроші та їх еквіваленти	1165	234.1	255.2	
Інші оборотні активи	1190	3.5	3.6	
Усього за розділом II	1195	761.1	720.7	
Баланс	1300	1361.9	818.4	
Пасив				
1	2	3	4	
I. Власний капітал				
Капітал	1400	125	125	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	965.1	218.9	
Неоплачений капітал	1425	(–)	(–)	
Усього за розділом I	1495	1090.1	343.9	
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення				
III. Поточні зобов'язання				
Короткострокові кредити банків	1600	–	–	
Поточна кредиторська заборгованість за:				
товари, роботи, послуги	1615	5.5	3.2	
розрахунками з бюджетом	1620	57.7	8	
розрахунками зі страхування	1625	–	–	
розрахунками з оплати праці	1630	–	–	
Інші поточні зобов'язання	1690	208.6	463.3	
Усього за розділом III	1695	271.8	474.5	
Баланс	1900	1361.9	818.4	

»

У розділі «Власний капітал» є лише один підрозділ, а саме «Капітал». У цьому розділі немає інших статей, таких як нерозподілений прибуток або інші статті власного капіталу.

У розділі Пасиви є два підрозділи: Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та резерви та Поточні зобов'язання. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та резерви далі не розбиваються. До поточних зобов'язань відносяться короткострокові кредити банків, поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги в розрахунках з бюджетом, розрахунки за страхуванням, виплатою заробітної плати та інші поточні зобов'язання. Таблиця внизу містить більш детальну інформацію про суми, зазначені в кожному розділі та підрозділі. Наприклад, у розділі «Необоротні активи» первісна вартість основних засобів вказана як 600,8, знос — 97,7, а інших необоротних активів — 1060,5. На кінець звітної періоду загальна сума необоротних активів становить 481,7. Загалом, без додаткового контексту чи інформації важко повністю проаналізувати фінансовий стан чи результати діяльності цього мікропідприємства LLC. Проте баланс надає миттєвий знімок його активів, власного капіталу та зобов'язань на кінець звітної періоду.

РОЗДІЛ 3. ПЛАНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Формування стратегії комерційної діяльності підприємства “Ед Рем”

Запропонувати стратегію комерційної діяльності для “Ед Рем” можна наступним чином:

— Розробити програму лояльності для клієнтів. Наприклад, встановити систему знижок для постійних клієнтів, розробити бонусну програму за рекомендації нових клієнтів або за певну кількість замовлень.

— Залучати більше клієнтів за допомогою маркетингу та реклами. Рекламувати свої послуги можна через соціальні мережі, контекстну рекламу на пошукових системах, рекламні банери на сайтах, телерекламу тощо. Також можна взяти участь у виставках, семінарах та інших заходах, де можна познайомити потенційних клієнтів зі своїми послугами.

— Розвивати партнерські відносини з іншими підприємствами, які надають суміжні послуги. Наприклад, угоди з фірмами, що займаються будівництвом чи ремонтом приміщень. Це дозволить залучити нових клієнтів та підвищити обсяг замовлень.

— Забезпечити якісний сервіс та стандартизацію процесів. Важливо мати якісний сервіс та стандартизувати процеси, щоб клієнти отримували однакову якість послуг незалежно від того, з якого міста вони звертаються до “Ед Рем”. Для цього можна розробити стандартизовані процедури ремонту, підвищувати кваліфікацію працівників, встановити систему контролю якості.

— Проведення дослідження ринку: “Ед Рем” має провести дослідження ринку, щоб визначити поточні тенденції та вимоги на ринку, а також будь-які потенційні прогалини на ринку. Це допоможе компанії визначити потенційні можливості для розширення свого бізнесу.

— Розробка унікальної ціннісної пропозиції: на основі дослідження ринку “Ед Рем” має розробити унікальну ціннісну пропозицію, яка відрізнятиме

їх від конкурентів. Це може бути поєднання високоякісних продуктів і чудового обслуговування клієнтів.

— Інвестування в маркетинг: щоб розширити охоплення та залучити нових клієнтів, “Ед Рем” має інвестувати в маркетингові ініціативи, такі як реклама в соціальних мережах, маркетинг електронною поштою та пошукова оптимізація (SEO).

— Розширення послуг: на додаток до існуючої лінійки продуктів “Ед Рем” має розглянути питання про розширення своїх пропозицій, щоб задовольнити потреби ширшого кола клієнтів. Це може включати впровадження нових послуг або розширення на нові географічні регіони.

— Оптимізація операцій: щоб підвищити ефективність і зменшити витрати, “Ед Рем” повинен оптимізувати свою діяльність. Це може включати впровадження нових технологій, оптимізацію управління ланцюгом поставок і вдосконалення управління запасами.

— Зосередження на досвіді клієнтів: нарешті, “Ед Рем” має надати пріоритет винятковому досвіду клієнтів. Це може включати надання персоналізованих рекомендацій, надання простих і зручних варіантів замовлення та доставки, а також забезпечення чудової підтримки після покупки. Зосереджуючись на досвіді клієнтів, “Ед Рем” може створити лояльну клієнтську базу та стимулювати повторний бізнес.

Для формування стратегії комерційної діяльності підприємства “Ед Рем” можна використовувати SWOT-аналіз (табл.3.1), який допоможе визначити сильні, слабкі сторони, можливості та загрози підприємства.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз для формування стратегії комерційної діяльності
ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем”

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> Досвідчений та висококваліфікований персонал у сфері аудиторських, 	<ul style="list-style-type: none"> Обмежене географічне покриття, що зменшує потенційну клієнтську базу;

консалтингових та бухгалтерських послуг; <ul style="list-style-type: none"> • Хороша репутація та довіра клієнтів; • Міцне фінансове становище компанії. 	<ul style="list-style-type: none"> • Залежність від кількох ключових клієнтів; • Висока конкуренція на ринку.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Зростання попиту на консалтингові та аудиторські послуги в бізнесі та фінансовому секторах; • Розширення послуг на нові ринки та регіони; • Розвиток нових послуг і технологій. 	<ul style="list-style-type: none"> • Зміни законодавства та нормативних актів, які можуть вплинути на діяльність компанії; • Економічні спади та фінансові кризи; • Посилення конкуренції з боку нових учасників на ринку.

Джерело: розроблено автором

На основі SWOT-аналізу можна запропонувати наступні стратегії “Ед Рем” :

— Розвиток ринку: компанія може розширювати свої послуги на нові регіони та ринки, щоб збільшити свою клієнтську базу та дохід.

— Розробка продукту: компанія може розробляти нові послуги та технології, щоб задовольнити мінливі потреби своїх клієнтів і залишатися попереду конкурентів.

— Диверсифікація: компанія може диверсифікувати свої послуги, щоб зменшити свою залежність від кількох ключових клієнтів і розширити свої потоки доходу.

— Стратегічні альянси: компанія може формувати стратегічні альянси з іншими фірмами в галузі, щоб збільшити свою частку ринку та використовувати сильні сторони своїх партнерів.

Підсумовуючи, формування стратегії комерційної діяльності “Ед Рем” вимагає ретельного аналізу ресурсів компанії, сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. На основі цього аналізу компанія може розробити

стратегії, які допоможуть їй досягти бізнес-цілей і залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Підсумовуючи, стратегія комерційної діяльності “Ед Рем” повинна бути зосереджена на використанні сильних сторін компанії, таких як досвідчений і висококваліфікований персонал, репутація надійності та довіри, щоб задовольнити мінливі потреби клієнтів і вийти на нові регіони та ринки. Розвиваючи нові послуги та технології, конкурентоспроможні ціни на послуги, просуваючи послуги за допомогою таргетованої реклами, розповсюджуючи послуги через онлайн-канали, “Ед Рем” може досягати своїх бізнес-цілей і залишатися конкурентоспроможним на ринку.

Формування стратегії комерційної діяльності для підприємства “Ед Рем” є вирішальним кроком у забезпеченні його довгострокового успіху та стійкості в аудиторській галузі. Важливість розробки чітко визначеної стратегії, яка узгоджується з баченням, цілями та конкурентним середовищем компанії.

Процес формування стратегії передбачає аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на бізнес-операції “Ед Рем”. Проводячи ретельний аналіз сильних і слабких сторін компанії, можливостей і загроз, “Ед Рем” може визначити її конкурентні переваги та області для вдосконалення. Цей аналіз допомагає зрозуміти внутрішні можливості підприємства та зовнішні фактори, що впливають на його комерційну діяльність.

Крім того, процес формування стратегії вимагає глибокого розуміння конкурентного середовища та динаміки ринку. Завдяки дослідженню ринку та аналізу конкурентів “Ед Рем” може визначити ринкові тенденції, уподобання клієнтів і нові можливості. Ця інформація має важливе значення для визначення стратегічних напрямків, таких як націлювання на конкретні сегменти ринку, пропонування спеціалізованих аудиторських послуг або розширення на нові географічні території.

Формування стратегії також передбачає встановлення чітких цілей і завдань, які є конкретними, вимірними, досяжними, актуальними та обмеженими у часі (SMART). Ці цілі служать дорожньою картою для діяльності компанії та

керують процесами прийняття рішень. Крім того, стратегія повинна враховувати розподіл ресурсів, управління ризиками та впровадження належної маркетингової та операційної тактики.

Для “Ед Рем” важливо постійно переглядати та адаптувати свою стратегію до мінливих ринкових умов. Це вимагає моніторингу галузевих тенденцій, відгуків клієнтів і дій конкурентів, щоб гарантувати, що стратегія залишається актуальною та ефективною. Регулярна оцінка та коригування стратегії дозволяють “Ед Рем” використовувати нові можливості, зменшувати ризики та підтримувати свою конкурентну позицію.

3.2 Розробка бізнес-плану для комерційної діяльності підприємства “Ед Рем”

Розробка бізнес-плану є важливою складовою успішного запуску та розвитку комерційної діяльності підприємства. Бізнес-план є детальним описом стратегії, цілей та плану дій компанії на певний період часу, який допомагає забезпечити раціональне використання ресурсів та максимально ефективний результат. Розробка бізнес-плану містить у собі аналіз ринку та конкурентів, визначення мети та стратегії компанії, оцінку фінансових ризиків та можливостей, а також плани маркетингу та продажів. Всі ці елементи спільно допомагають підприємству зробити обґрунтовані рішення та максимально оптимізувати процеси бізнесу. Незалежно від того, чи запускається новий бізнес або розширює існуючу компанію, розробка бізнес-плану є необхідною складовою успіху та досягнення поставлених

Розроблений комплексний бізнес-план комерційної діяльності підприємства “Ед Рем”. Основна мета цього плану полягає в тому, щоб допомогти компанії збільшити свої доходи та розширити свою частку ринку шляхом розробки ефективнішої та результативної бізнес-моделі.

По-перше, для досягнення цієї мети необхідно провести ретельний аналіз ринку та визначити поточні тенденції та потреби клієнтів. Ми будемо проводити опитування, інтерв'ю та фокус-групи, щоб отримати уявлення про нашу цільову

аудиторію, і використовуватимемо цю інформацію, щоб адаптувати наші продукти та послуги відповідно до їхніх потреб.

По-друге, звернути увагу на покращенні якості наших продуктів і послуг, щоб забезпечити задоволеність клієнтів і лояльність. Це буде досягнуто шляхом інвестування в дослідження та розробки, удосконалення наших виробничих процесів і впровадження нових технологій для покращення досвіду клієнтів.

По-третє, розвивати сильну присутність в Інтернеті, інвестуючи в стратегії цифрового маркетингу, такі як маркетинг у соціальних мережах, оптимізація пошукових систем і маркетинг електронною поштою. Це допоможе нам охопити ширшу аудиторію та збільшити впізнаваність нашого бренду.

По-четверте, встановити стратегічні партнерства з іншими підприємствами нашої галузі, щоб розширити охоплення нашого ринку та вийти на нові ринки. Це включатиме виявлення потенційних партнерів, ведення переговорів про партнерство та розробку спільних маркетингових і дистрибуційних стратегій.

Нарешті, створити ефективні системи управління фінансами, щоб забезпечити сталість наших бізнес-операцій. Це включатиме впровадження систем бухгалтерського обліку та фінансової звітності, моніторинг грошових потоків та інвестування в заходи економії.

Реалізуючи цей бізнес-план, є надія, що “Ед Рем” досягне своїх комерційних цілей і стане провідним гравцем у своїй галузі.

Виходячи із запропонованих заходів у бізнес-план комерційної діяльності “Ед Рем”, можна зробити наступні рекомендації:

— Маркетингова стратегія: рекомендується провести дослідження ринку та аналіз конкурентів, щоб визначити ключові фактори, які можуть надати “Ед Рем” конкурентну перевагу в галузі. Це може допомогти в розробці комплексної маркетингової стратегії, яка зможе ефективно охопити цільову аудиторію та повідомити про унікальну ціннісну пропозицію компанії.

— Диверсифікація послуг: “Ед Рем” може вивчити можливість диверсифікації своїх послуг, щоб включити інші сфери, такі як фінансовий консалтинг та ІТ-послуги. Це може допомогти розширити клієнтську базу та

потоки доходів компанії.

— Утримання клієнтів: Рекомендується створити надійну систему управління відносинами з клієнтами, щоб покращити утримання клієнтів. Цього можна досягти, забезпечуючи відмінне обслуговування клієнтів і створюючи програми лояльності для постійних клієнтів.

— Партнерство та співпраця: “Ед Рем” може шукати партнерства та співпрацю з іншими підприємствами галузі, щоб розширити охоплення та пропонувати клієнтам більш комплексні послуги. Наприклад, партнерство з юридичною фірмою може дозволити “Ед Рем” пропонувати юридичні консультаційні послуги своїм клієнтам.

— Навчання та розвиток працівників: важливо інвестувати в навчання та розвиток працівників, щоб переконатися, що вони володіють необхідними навичками та знаннями для надання високоякісних послуг клієнтам. Це може допомогти підвищити рівень задоволеності та утримання клієнтів.

— Технологія: Рекомендується інвестувати в технології для оптимізації процесів і підвищення ефективності. Це може включати використання бухгалтерського програмного забезпечення, систем управління взаємовідносинами з клієнтами та інструментів онлайн-комунікації для покращення спілкування та співпраці з клієнтами.

Загалом реалізація цих заходів може сприяти зростанню та успіху “Ед Рем” у галузі. Важливо регулярно переглядати та оцінювати ефективність цих заходів і вносити необхідні корективи для забезпечення подальшого зростання та успіху.

3.3 Розроблення рекомендацій щодо впровадження запропонованих заходів

Впровадження бізнес плану, та реалізація запропонованих рекомендацій дозволить компанії “Ед Рем” наступне:

По-перше, інвестувати в ефективні маркетингові стратегії для підвищення впізнаваності бренду та залучення потенційних клієнтів. Це можна зробити за допомогою кампаній у соціальних мережах, маркетингу впливу та цільової

реклами.

По-друге, зосередитися на побудові міцних відносин із постачальниками, щоб забезпечити надійне та стабільне постачання високоякісних матеріалів за розумною ціною. Цього можна досягти шляхом укладення довгострокових контрактів з постачальниками та обговорення вигідних умов.

По-третє, надати перевагу задоволеності клієнтів, пропонуючи високоякісні продукти та чудове обслуговування клієнтів. Цього можна досягти, регулярно збираючи відгуки від клієнтів і використовуючи їх для покращення пропозицій продуктів і процесів обслуговування клієнтів.

Нарешті, постійно контролювати свої фінансові показники та відповідно коригувати свої стратегії. Це включає відстеження ключових фінансових показників, таких як дохід, витрати та норма прибутку, і внесення необхідних коригувань для забезпечення довгострокової фінансової стійкості.

Впроваджуючи ці рекомендації, компанія може позиціонувати себе для успіху на конкурентному комерційному ринку та досягти довгострокової прибутковості та зростання.

Впровадження запропонованих заходів дозволить:

Створити активну присутність в Інтернеті: у сучасну епоху цифрових технологій дуже важливо мати сильну присутність в Інтернеті, щоб залучити клієнтів. “Ед Рем” повинен інвестувати у створення зручного та інформативного веб-сайту, який демонструє їхні продукти та послуги та залучає клієнтів через соціальні медіа-платформи, такі як Instagram, Facebook і Twitter.

Партнерство з місцевими підприємствами: партнерство з місцевими підприємствами може допомогти “Ед Рем” збільшити свою видимість у суспільстві та залучити нових клієнтів. Наприклад, вони можуть співпрацювати з сусідніми ресторанами чи кафе, щоб пропонувати знижку клієнтам, які роблять покупки в “Ед Рем”. Це може допомогти підвищити впізнаваність бренду та створити почуття спільності.

Розширення пропозиції продуктів: “Ед Рем” має розглянути питання про розширення своїх пропозицій продуктів, щоб задовольнити ширше коло клієнтів.

Наприклад, вони можуть пропонувати виготовлені на замовлення продукти, персоналізовані подарунки або навіть брендovanі товари. Це може допомогти диверсифікувати їхні потоки доходу та залучити нових клієнтів.

Виняткове обслуговування клієнтів. Надання виняткового обслуговування клієнтів може мати велике значення для формування лояльності клієнтів і залучення нових клієнтів завдяки рекомендаціям із вуст в уста. “Ед Рем” має зосередитися на навчанні свого персоналу, щоб він надавав клієнтам доброзичливе, компетентне та ефективне обслуговування.

.Відстеження та аналіз результативності. Важливо регулярно відстежувати та аналізувати результативність бізнесу, щоб визначити сфери, які потрібно покращити, і переконатися, що бізнес рухається по шляху досягнення своїх цілей. “Ед Рем” повинен використовувати такі інструменти, як опитування клієнтів, звіти про продажі та аналітику веб-сайтів, щоб оцінити їх ефективність і прийняти обґрунтовані рішення щодо майбутніх бізнес-стратегій.

Впроваджуючи ці рекомендації, “Ед Рем” може посилити свою комерційну діяльність і підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

На підставі наданої інформації про компанію “Ед Рем” та запропонованих нею заходів, ось деякі рекомендації щодо реалізації цих заходів:

- Аудит (ініціатива) та погоджені процедури:
 - Розробити комплексну структуру аудиту, яка відповідає міжнародним стандартам якості та нормативним вимогам.
 - Інвестувати в безперервне навчання та програми професійного розвитку для аудиторів, щоб покращити їхні навички та тримати їх в курсі галузевих тенденцій.
 - Встановити ефективні канали зв'язку з клієнтами, щоб зрозуміти їхні конкретні аудиторські потреби та очікування.
 - Регулярно переглядати та оновлювати методології аудиту, щоб переконатися, що вони ефективні та відповідають найкращим практикам.
 - Розвивати культуру чесності, незалежності та об'єктивності в

аудиторському відділі, щоб підтримувати найвищі етичні стандарти.

— Консультації з питань бухгалтерського та податкового обліку:

— Сформувати команду експертів у сфері бухгалтерського та податкового законодавства, щоб надавати точні та актуальні консультації клієнтам.

— Бути в курсі змін у бухгалтерському та податковому законодавстві та нормативних актах, щоб переконатися, що надані поради є відповідними та актуальними.

— Розвивати міцні стосунки з клієнтами, щоб зрозуміти їхні конкретні проблеми з бухгалтерського обліку та оподаткування та надавати індивідуальні рішення.

— Пропонувати навчальні програми та семінари, щоб навчити клієнтів найкращим практикам бухгалтерського обліку та оподаткування та допомогти їм оптимізувати свої фінансові процеси.

— Трансфертне ціноутворення:

— Створити спеціалізовану команду з трансфертного ціноутворення з глибокими знаннями правил і методологій трансфертного ціноутворення.

— Пропонувати комплексні послуги з документації з трансфертного ціноутворення, щоб допомогти клієнтам дотримуватися правил трансфертного ціноутворення.

— Провести оцінку ризиків трансфертного ціноутворення для клієнтів, щоб визначити потенційні проблемні області та розробити стратегії пом'якшення.

— Бути в курсі глобальних тенденцій трансфертного ціноутворення та нормативних актів, щоб надавати цінну інформацію клієнтам, які працюють на міжнародних ринках.

— Співпрацювати з податковими органами та галузевими експертами, щоб забезпечити повне розуміння вимог до трансфертного

ціноутворення та найкращих практик.

— Створити відділ навчання та навчання, щоб пропонувати курси, семінари та сертифікації з аудиту, бухгалтерського обліку та суміжних галузей. Розробіть навчальну програму, яка поєднує теоретичні знання з практичними прикладами та прикладами з реального світу.

— Залучати досвідчених професіоналів і експертів галузі в якості інструкторів, щоб надати студентам цінну інформацію та практичні вказівки. Використовуйте технологію, щоб запропонувати онлайн-навчальні платформи та ресурси для більшої доступності та гнучкості.

— Співпрацювати з університетами та навчальними закладами, щоб пропонувати акредитовані програми та будувати партнерства для обміну знаннями.

— Аутсорсинг:

— Оцінити конкретні потреби аутсорсингу та вимоги клієнтів, щоб запропонувати індивідуальні рішення.

— Створити мережу надійних аутсорсингових партнерів із досвідом у таких сферах, як нарахування заробітної плати, бухгалтерський облік та адміністративні завдання. Укладіть міцні угоди про рівень обслуговування та механізми контролю якості, щоб гарантувати точне й своєчасне виконання завдань, переданих аутсорсингу.

— Підтримувати відкриті та прозорі канали зв'язку з клієнтами для вирішення будь-яких занепокоєнь або проблем, пов'язаних з аутсорсингом. Постійно відстежуйте та оцінюйте ефективність аутсорсингових партнерів, щоб забезпечити якість послуг і задоволеність клієнтів.

“Ед Рем” важливо ретельно спланувати та реалізувати ці рекомендації, виходячи зі своїх конкретних бізнес-цілей, ресурсів та ринкових умов. Регулярний моніторинг та оцінка впроваджених заходів також матиме вирішальне значення для внесення необхідних коригувань та покращень з часом.

Слід зазначити, що дослідження комерційної діяльності “Ед Рем” в аудиторській індустрії дозволило зробити цінні висновки та рекомендації щодо зростання та успіху компанії.

ВИСНОВКИ

Планування - це процес розробки стратегій та цілей, а також визначення дій та ресурсів, необхідних для їх досягнення. Його сутність полягає в тому, що він дає можливість керівництву організації зорієнтувати всіх співробітників на спільні цілі, уникнути невідповідності між планами та виконанням робіт, а також дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси.

Успішне планування забезпечує стабільність та ефективність діяльності організації, допомагає прогнозувати ризики та вчасно приймати рішення щодо їх запобігання. Планування є невід'ємною частиною управління організацією та впливає на її конкурентоспроможність та успішність.

Методи планування включають різноманітні техніки та інструменти, які допомагають здійснювати планування на різних рівнях та в різних сферах діяльності підприємства. До основних методів планування можна віднести: аналіз та оцінку даних, математичні методи, експертні оцінки, аналіз ситуації на ринку, стратегічне планування, бюджетування та інші.

Складання бізнес-плану актуально для організацій різних сфер діяльності, оскільки дозволяє спланувати і оптимізувати ресурси для максимізації фінансового результату компанії. Бізнес-план є однією з найважливіших складових внутрішньофірмового планування. Бізнес-план показує характеристику процесу, показує як функціонує підприємство і як керівники будуть досягати поставленої задачі компанії.

ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” створена у 2017 році та знаходиться за адресою 04119, Україна, 04119, місто Київ, вулиця Юрія Ілленка, будинок 83-Д, секція V, поверх 6.

Місією компанії є надання високоякісних послуг з аудиту та консалтингу з метою допомогти клієнтам досягнути успіху у бізнесі

ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” – це компанія, яка пропонує широкий спектр продуктів і послуг у сфері реклами, маркетингу та брендингу.

ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” виявило її потужний потенціал для зростання та розширення в секторі комерційної діяльності. з можливістю

надавати аудиторські послуги за міжнародними стандартами якості.

ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” має достатній фінансовий потенціал. Фінансовий звіт за попередній рік, свідчить про прибуток підприємства, що дозволяє збільшити інвестиції в нові ринки та розробку нових продуктів і послуг.

Розробка комплексного бізнес-плану для комерційної діяльності ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” забезпечила стратегічну дорожню карту для майбутнього розвитку компанії. У ньому описано такі ключові сфери, як аналіз ринку, пропозиції послуг, маркетингові стратегії, операційні плани та фінансові прогнози. Цей план надає керівництву компанії можливості для прийняття обґрунтованих рішень і впровадження запропонованих заходів.

Впроваджуючи рекомендовані заходи, викладені в бізнес-плані, компанія може закріпити активну присутність на ринку, розширити свою клієнтську базу та, зрештою, досягти стійкої прибутковості. Завдяки комплексному підходу та ефективному виконанню ТОВ “Аудиторська компанія “Ед Рем” може впевнено орієнтуватися в складнощах індустрії аудиту та мати успіх у бізнес-ландшафті, що постійно змінюється.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. Комерційна діяльність : навч. посібник. Львів : Магнолія, 2011. 332 с
2. Теоретичний матеріал. Сутність планування й особливості його здійснення на підприємстві. *Дистанційне навчання КФКСумДУ*. URL: <https://dl.kpt.sumdu.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=1671>
3. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 23-26.
4. Крисько Ж. Сутність та види комерційної діяльності підприємства.
5. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2013. Вип. 18. С. 75-83.
6. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навч. посібник. Київ : ВД «Професіонал», 2004. 288 с.
7. Білан Є. Удосконалення комерційної діяльності підприємства. Актуальні проблеми вітчизняної економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі : мат. доп. V Ювіл. наук.-практ. конф. студ. та молодих вчен. з міжн. участю (м. Тернопіль, 12 лист. 2020 р.) / редкол. : О. Ф. Овсянюк Бердадіна, Ю. А. Богач, О. І. Заклекта та ін. Тернопіль : ЗУНУ, 2020. Ч. 2. С. 347-349. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/40249>
8. Комерційна діяльність підприємств : навч. посіб. / Т. І. Притиченко, В. М. Щетинін. Харків : ХНЕУ, 2010. 318 с.
9. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. проф. В.В. Апопія. Київ : Знання, 2008. 558 с. 57.
10. Економіка підприємництва : підручник / за ред. Л.В. Фролової. Одеса : Бондаренко М.О., 2020. 708 с.
11. Щербина В. С.. Господарське право: Підручник. - 2-е вид., перероб. і доп. - К.: Юрінком Інтер, 2005 - 592
12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. За

статутом підприємства

13. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
14. Сутність маркетингової політики комунікацій // Букліб. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/37084/>
15. Сутність та критерії ефективної управлінської діяльності // Освіта Уа. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13575/>
16. Комерційна діяльність : навч. посіб. / Л. Г. Филевич, Л. О. Попова, О. М. Прядко та ін. Харків : ХДУХТ, 2014. 225 с. 58.
17. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.
18. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. І.М. Сотник, Л.М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
19. Аудиторська фірма // Матеріал з Вікіпедії. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D1%84%D1%96%D1%80%D0%BC%D0%B0
20. Офіційний сайт Adram. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://adram.com.ua/>
21. Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. Комерційна діяльність малих підприємств. Київ : Національна академія управління, 2003. 146 с.
22. Хілл, К. В. Л. та Джонс, Г. Р. (2016). Стратегічне управління: Комплексний підхід. Cengage Learning.
23. Сутність маркетингової політики комунікацій // Букліб. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/37084/>
24. Аналіз конкурентного середовища. *Stud.* [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

- https://stud.com.ua/48432/marketing/analiz_konkurentnogo_seredovischa
- 25.РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, ОЦІНЮВАННЯ / Передерієнко Н.І Бойко А.П ВПІ НТУУ «КПІ» м. Київ. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19116/1/Стаття_Передерієнко_Бойко._PDF
 - 26.Стратегія підприємства: конспект лекцій / укладачі: І. Б. Дегтярєва, М. О. Харченко. – Суми : Сумський державний університет, 2016. – 80 с.
 - 27.Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / пер. з англ. Н. Кошманенко. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
 - 28.Аудит. (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту). / За ред. проф. Немченко В. В., Редько О. Ю., Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 540 с.
 - 29.Філіпенко А. С., Бураковський І. В., Будкін В. С. Міжнародні економічні відносини: Сучасні міжнародні економічні відносини. - К., 1992.
 - 30.Сутність та критерії ефективної управлінської діяльності // Освіта Уа. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13575/>
 - 31.Порівняльна характеристика японської та американської моделей менеджменту // [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studfile.net/preview/5149505/page:18/>
 - 32.Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К. Комерційна справа: Навч. посіб. для вузів: Пер. з рос. Рівне: Вид. агенція «Вертекс», 2021. 350 с.
 - 33.Гусаковська Т.О., Клочко Ю.О., Сікетіна Н.Г. Аналіз комерційної діяльності торговельного підприємства. Ч. 2. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2015. № 1 (69). С. 106–111.
 - 34.Тимчина А.І. Сутність і роль комерційної функції підприємств у ринковому середовищі. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20 (15).С. 297–303.
 - 35.Криковцева Н.О. Комерційна діяльність : навч. посібник / Криковцева Н.О.,

- Казакова О.Б., Саркісян Л.Г., Авдеєнко Л.Л., Дяченко Г.А., Курська Л.С., Сахарова О.Н. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
- 36.Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз : підруч. для студ. екон. спеціальн. ВНЗ / за ред. Бутинця Ф.Ф. Житомир : ПП «Рута», 2007. 704 с.
- 37.Олег М.І. Комерційні ризики: постановний аспект. Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств: матеріали XI Міжнародної науково-практичної інтернетконференції молодих вчених та студентів: тези доповідей (Дніпро, 26 березня 2020 р.). Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. С. 64-65.
- 38.Рижко О.В. Фактори розвитку малого бізнесу. Мукачівський державний університет. 2016. Вип.2. Економіка та управління підприємствами. С. 346-350.
- 39.Саблук О. Суть і принципи комерційного підприємництва і комерційної діяльності. Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018. № 1. С. 74-79.
- 40.Сінгаєвський І.О., Розумей С.Б., Гаврилова Т.В., Скригун Н.П. Комерційна діяльність : конспект лекцій. Київ : НУХТ, 2009. 101 с.