

УДК 658.155.339.94

DOI: 10.18524/2413-9998.2023.1(53).288729

**Г. В. Кошельок,**

доктор економічних наук, доцент,  
Одеський національний економічний університет,  
вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна,  
e-mail: galas2811@gmail.com  
ORCID 0000-0003-0331-0592

**О. П. Горлова,**

кандидат економічних наук, доцент,  
Одеський національний економічний університет,  
вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна,  
e-mail: egorlowa@gmail.com  
ORCID 0000-0003-2411-3977

## **АДАПТАЦІЯ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ДОСВІДУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Тема пошуку шляхів підвищення прибутку є найбільш гострою для підприємств, які працюють на ринках з високою інтенсивністю конкуренції зі швидкою мінливістю попиту. Таким є ринок роздрібної торгівлі. Найбільш впевнено на ньому почувуються крупні ритейлери, але навіть вони мають постійно шукати нові шляхи покращення фінансових результатів. Мета даної статті полягає у визначенні шляхів підвищення прибутку торговельних підприємств на основі адаптації сучасного світового досвіду. Зазначено, що з метою покращення управління фінансовими результатами підприємства повинні збагачувати методику планування, контролю та аналізу різними показниками фінансових результатів. Досліджено сучасні глобальні тенденції розвитку крупних ритейлерів. Для порівняння шляхів розвитку зарубіжних та вітчизняних крупних ритейлерів обрано одну з найбільших торгових компаній України, яка за своєю структурою має багато зарубіжних аналогів, – ТОВ «Епіцентр К». Запропоновано концепції технологій, спрямованих на зростання прибутку ТОВ «Епіцентр К».

**Ключові слова:** фінансові результати, прибуток, ритейлери, бізнес-процеси, торгівля.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** У сучасному мінливому бізнесі-середовищі підприємства на більшості ринків стикаються зі зростаючою кількістю конкурентів. Ринок роздрібної торгівлі є одним з таких, що характеризується високою інтенсивністю конкуренції. Тому для підприємств, котрі там функціонують, забезпечення висо-

ких фінансових результатів дозволяє виживати і розвиватись в цьому конкурентному середовищі. Високі фінансові результати стають показником стабільності та привабливості для потенційних інвесторів.

Забезпечення високих фінансових результатів допомагає підприємствам забезпечити сталість та зростання своєї діяльності. Це дозволяє інвестувати в дослідження та розробки, модернізацію процесів та обладнання, підвищення якості продукції, товарів та послуг, розширення ринків збуту та залучення нових клієнтів.

Високі фінансові результати забезпечують підприємству більшу фінансову стійкість і здатність подолати економічні труднощі, зокрема у кризових ситуаціях. Це дозволяє компаніям витримувати зміни на ринку, забезпечувати робочі місця та виконувати свої зобов'язання перед постачальниками, партнерами та співробітниками.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значний внесок у розробку теоретичних, методичних і практичних аспектів фінансових результатів, у дослідження проблеми формування та напрямів використання фінансових результатів у процесі підприємницької діяльності, зокрема у сфері торгівлі, досліджено зарубіжними та вітчизняними вченими, такими як М. Д. Білик, Т. О. Білик, Ф. Ф. Бутинець, О. В. Добровольська, М. В. Дубинина, А. Г. Загородній, Г. В. Кошельок, Н. П. Круш, В. О. Мец, Є. В. Мних, В. І. Осипов, О. О. Орлов, М. П. Павлишенко, Дж. Ріан, В. К. Савчук, Н. А. Сафронов, Н. С. Ситник, Р. В. Скалюк, Т. Стаднюк, Д. Соломонс, В. В. Сопко, Н. Я. Фірман, Ю. С. Цал-Цалко, К. В. Шевчук, О. Г. Янковий та ін. Однак досі залишається невирішеною низка питань щодо формування фінансових результатів підприємства, особливостей проведення аналізу, узагальнення результатів, визначення шляхів їх підвищення, також адаптації сучасного світового досвіду щодо підвищення прибутку торговельних підприємств.

**Мета роботи** полягає у визначенні шляхів підвищення прибутку торговельних підприємств на основі адаптації сучасного світового досвіду.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Визначення фінансового результату діяльності підприємства є однією з головних загальноекономічних і фінансових науково-практичних проблем, що є постійно актуальною на ринках з високою інтенсивністю конкуренції та мінливістю попиту.

У процесі проведення господарської діяльності підприємство задіює велику кількість взаємопов'язаних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Суб'єктивна мета будь-якого підприємства – це отримання позитивного фінансового результату та пошук шляхів його збільшення, а результативність його діяльності відображається у фінансово-економічних показниках, які найбільш точно характеризують фінансовий стан і дають уявлення про економічний потенціал його розвитку.

Абсолютним позитивним результатом є прибуток підприємства. Прибуток – це найважливіша фінансова категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень та якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Одночасно прибуток впливає на зміцнення фінансового стану підприємства, інтенсифікацію виробництва в організаціях з будь-якою формою власності [1, с. 194].

Фінансовий результат – це прибуток або збиток суб'єкта господарювання, отриманий внаслідок господарської діяльності [2, с. 19].

Відносним позитивним результатом є рентабельність. Від'ємним абсолютним показником фінансових результатів є збиток, а відносним – збитковість.

Варто зазначити, що фінансові результати займають центральне місце в системі управління підприємством. Це важлива й водночас дуже складна економічна та обліково-аналітична категорія. Зміст поняття «фінансовий результат» виражається в категоріях «прибуток» і «збиток», які є протилежними за змістом, але порядок їх формування єдиний. Застосування принципу нарахування та відповідності доходів і витрат передбачає формування фінансових результатів методом їх порівняння [3, с. 127].

Фінансовий результат завершує цикл діяльності підприємства, пов'язаний з виробництвом та реалізацією продукції (виконаних робіт, наданих послуг) і одночасно виступає необхідною умовою наступного витка його діяльності. Високі значення фінансових результатів діяльності підприємства забезпечують зміцнення бюджету держави через податкові надходження, сприяє зростанню інвестиційної привабливості компанії, її ділової активності в виробничій та фінансовій сферах.

Аналіз літератури показав, що на теперішній час існує два основ-

них підходи щодо розрахунку фінансових результатів підприємства (табл. 1), які мають деякі модифікації в різних країнах світу:

1) метод порівняння доходів та витрат (метод «витрати-випуск») – передбачає визначення прибутку (збитку) за принципом нарахування та відповідності доходів та витрат, тобто як різниця між доходами та витратами розрахункового (звітного) періоду;

2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) – передбачає визначення приросту власного капіталу у звітному періоді як різниці між сумою власного капіталу на кінець та на початок звітного періоду. Варто зазначити, якщо власний капітал на кінець звітного періоду збільшується, то підприємство отримує прибуток, і якщо навпаки – збитки [4].

Таблиця 1

### Дефініції поняття «фінансовий результат» діяльності підприємства

Фінансовий результат як прибуток та збиток за певний період часу	Фінансовий результат як приріст чи зменшення власного капіталу за певний період часу
Бутинець Ф. Ф. Мочерний А. Д. Шевчук К. В. Бондар В. І. Вороніна О. О. та ін.	Борисов А. Б. Лондар С. Л. Тимошенко О. В. Кондраков Н. П. Загородній А. Г. та ін.

Джерело: розроблено авторами на основі [5–7]

Зуважимо, що питання використання фінансового результату та його впливу на господарську діяльність підприємства потребують подальших глибоких досліджень. З метою покращення управління фінансовими результатами підприємства повинні збагачувати методіку планування, контролю та аналізу різними показниками фінансових результатів, не обмежуватись показниками, які безпосередньо пов'язані зі структурою регламентованої звітної форми про фінансові результати, обирати та активно застосовувати методіки факторного аналізу.

Аналіз фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» дозволив виявити основні позитивні та негативні тенденції у формуванні фінансових результатів підприємства, що сформувалися за період 2019 – 2021 рр. Серед позитивних тенденцій слід виділити наступні: зростання чистого доходу від реалізації товарів (послуг), наявність та зростання всіх видів

прибутку від операційної діяльності, зростання прибутку від інвестиційної діяльності, зростання чистого прибутку підприємства. Однак, негативною тенденцією є зниження відносних показників прибутку – прибутковості або рентабельності. Прибуток від реалізації товарів (послуг) зріс за аналізований період на 12,55%, тоді як чистий дохід від реалізації товарів (послуг) збільшився на 31,43%. Частково це пов'язано з підвищенням закупівельних цін на товари та змінами товарного асортименту. Однак найбільший вплив на фінансовий результат від реалізації мали адміністративні витрати та витрати на збут. В їх складі значно зросла частка амортизаційних витрат, оскільки підприємство в період 2019-2021 рр. продовжувало активно оновлювати основні засоби усіх груп. Амортизаційні витрати зросли на 65,32% у 2021 р. порівняно з 2019 р. Це майже в два рази вище за темпи приросту загальних поточних витрат основної діяльності, які склались на рівні 33,42% за той же період [8].

Зростання амортизаційних витрат ми не можемо характеризувати негативно, оскільки це пов'язано з запровадженням нових, більш сучасних основних засобів, яке має давати підвищення продуктивності праці. Дійсно, за аналізований період продуктивність праці зросла на 30,02 %. Однак, в той же період спостерігається зростання фонду оплати праці темпами, які незначно, але випереджають темпи зростання продуктивності праці (31,05 %). Це є негативною тенденцією у розвитку підприємства.

Таким чином, для покращення фінансових результатів, підприємство повинно забезпечити більш високі темпи зростання чистого доходу від реалізації товарів (послуг), які будуть випереджати темпи зростання витрат.

Ми дослідили тенденції розвитку крупних ритейлерів, відомих у світовому масштабі і схожих за структурою з ТОВ «Епіцентр К», що склались за останні п'ять років, та порівняли світові тренди з напрямками розвитку ТОВ «Епіцентр К». Серед основних трендів слід назвати розглянуті нижче.

1. Зростання екологічної свідомості покупця при виборі товару, зокрема енергоефективної техніки, екологічно чистих продуктів харчування, побутової хімії з підвищеними показниками екологічної безпеки тощо. Це забезпечує зростання довіри з боку клієнтів до підприємств, що реалізують екологічну політику. «Епіцентр К» має свою екологічну

політику. У 2023 р. ТОВ впроваджує проєкт з встановлення сонячних панелей на торгових центрах.

Екологічний напрямок діяльності підприємств тісно пов'язаний з застосуванням принципів циклічної економіки та сталого розвитку. Трендами останніх років у світовому ритейлі стали використання вживаних речей, речей з поновлюваних та перероблених матеріалів.

2. Активізація електронної комерції, яка, за оцінками експертів, буде продовжувати зростати, вимагає від ритейлерів пошуку шляхів підвищення товарообороту і в цьому напрямку. Як показали дослідження, одним з чинників, гальмуючих інтернет продажі є проблеми з повертанням товару. Тобто, спрощення процесів повернення товарів, придбаних через інтернет, наприклад, пропозиція безкоштовної зворотної доставки, повернення грошей з використанням початкової форми оплати, є сучасним шляхом підвищення товарообігу.

ТОВ «Епіцентр К» у 2016 р. запустив інтернет-магазин, як партнерський проєкт 27.ua, на платформі якого у 2019 р. було створено Epicentr.ua. Замовлення в інтернет-магазині клієнти можуть отримати в Центрах видачі замовлень, розташованих переважно в ТЦ. «Епіцентр К» також має встановлені процедури повернення товарів, придбаних в фізичних магазинах та в інтернет-магазині, зокрема в Центрах видачі замовлення та через кур'єрську службу доставки.

Напрямок інтернет-торгівлі є дуже перспективним і активно розвивається. На думку С. Кузьменко, співзасновника агентства цифрового маркетингу Promobill, для досягнення успіху в інтернет-торгівлі компанії «Епіцентр К» буде недостатньо стандартних рішень щодо асортименту і цін, доведеться придумати щось нове, запровадити інновацію [9].

3. Персоналізація покупок, що відбувається на основі автоматизованого збору та аналізу даних про покупки кожного клієнта, що дозволяє включати у системи лояльності клієнта цілеспрямовані персональні пропозиції; крім, цього, персоналізація покупок досягається за рахунок організації персональних консультацій клієнтів. ТОВ «Епіцентр К» має діючу бонусну програму лояльності «Вигода», і також програму лояльності «Вигода» для готелів та ресторанів.

4. Використання штучного інтелекту (AI) для завдань формування асортименту, підвищення точності прогнозування продажів, персональних адресних пропозицій, управління масовими промоакціями є дуже потужним сучасним напрямком розвитку крупних ритейлерів. На да-

ний момент «Епіцентр К» тестує використання нейромереж на своїй онлайн-платформі. AI пише для онлайн-платформи Епіцентр контент та елементи програмного коду, генерує рекламні банери та голосові повідомлення та створює простий програмний код. Також на нейромережі покладено завдання зі створення товарного контенту: вони перевіряють помилки, описують товар, а також оптимізують статті для пошукових систем. Робота нейромереж дозволяє значно знизити час для пошуку інформації, а також автоматизувати рутинні завдання. За допомогою AI ритейлер озвучує текстові оголошення та їх комбінації, а також персоналізує відео. Це дозволяє дуже чітко таргетувати комунікацію з клієнтами та відповідно отримати більшу ефективність від рекламних оголошень. У результаті конверсія з відеокампаній зросла майже вдвічі, а ціна за конверсію зменшилася втричі.

5. Крупні ритейлери з різних країн активно запроваджують програмні продукти з використанням VR (віртуальна реальність) та AR (розширена реальність) технологій. Наприклад, Leroy Merlin (Франція) розробив у коаліції з компаніями, що реалізують свої брендові товари через мережу гіпермаркетів Leroy Merlin безкоштовний для користувачів застосунок ENKI для телефону, що дозволяє поєднувати товари в єдину систему «розумний будинок» та керувати технікою як в дома, так і на великій відстані, за словами розробників, з іншого кінця світу. Також, ця компанія створила застосунок для візуалізації розміщення товару в приміщенні клієнта, зокрема в дома у потенційного покупця товару. У ТОВ «Епіцентр К» поки що такого досвіду немає.

6. Наступним світовим трендом розвитку крупних ритейлерів є встановлення довгострокових партнерських відносин з постачальниками брендів товарів, що значно полегшує проведення промоакцій, які переходять від монобрендів до мультібрендів, тобто ефективність однієї акції зростає. Варто зазначити, що ТОВ «Епіцентр К» має довгостроковий договір з Intersport International Corporation GmbH (Швейцарія), завдяки чому представляє в Україні мультібрендову мережу «Intersport» та на основі франшизи мультібрендовий магазин «TAF». Крім того, «Епіцентр К» на основі довгострокового договору представляє в Україні польський бренд «4F».

7. Застосування безконтактних технологій оформлення операції продажу для зменшення черг на касі запроваджено і використовується ТОВ «Епіцентр К», як і глобальними торговими мережами. Це такі за-

соби, як каси самообслуговування, використання програмного ПРО (реєстратори розрахункових операцій) замість традиційних касових апаратів.

8. Зростання кількості власних торгових марок (ВТМ) торгових мереж дає можливість запропонувати покупцям товари з привабливим для них співвідношенням ціни й якості. ТОВ «Епіцентр К» має свої власні торгові марки в різних групах товарів. Наприклад, Асортимент «Галерей Деко» включає товари власних торгових марок, таких як LaNuit, Flamberg, SmartKitchen, Fiora, SongerundSohne, Origami, Luna, NotaBene, UP! тощо. Продукція власних торгових марок займає 40% асортименту Галерей. У складі асортименту «Кераміка Центрів» 20% складають власні торгові марки. Асортимент мережі «Автомол» налічує 10 тис. артикулів, зокрема власні торгові марки «AUTO Assistance», «EVO» та «UP».

9. Зміна форматів фізичних магазинів, де спостерігається запровадження малих форм паралельно з крупними для наближення до споживачів. «Епіцентр К» на даний момент не використовує мікро формат, але застосовує торгові центри розміром 3,5-6 тис. кв.м (для порівняння: найбільший ТЦ мережі у м. Київ 105 тис. кв.м) у районних центрах та містах обласного підпорядкування для наближення товарів і послуг до населення невеликих міст та селищ.

10. У напрямку автоматизації бізнес-процесів, «Епіцентр К», наприклад, до початку війни інвестував мільярди у створення логістичного центру. Для підтримки омніканальної системи в Калинівці під Києвом компанія збудувала логістичний центр з автоматизованою системою обробки та сортування товарів. Добова пропускна спроможність системи становить 40 тис онлайн-замовлень та 2 тис куб. м товару для офлайн-бізнесу. Інвестиції в об'єкт сягнули близько 40 млн дол. Крім того, на базі діючих логістичних потужностей компанія почала розбудову автоматизованих фулфілмент-центрів.

11. Дослідження, що проводились у різних країнах Європи, показують зростання зацікавленості клієнтів у розвитку розваг у торгових центрах і загалом розвитку концепції lifestyle space, тобто поєднанню можливостей купівлі товарів з дозвіллям, відпочинком, і навіть навчанням та роботою. Також клієнти виявляють бажання бачити цікаві дизайнські інтер'єри торгового простору. В напрямку реалізації концепції lifestyle space у ТОВ «Епіцентр К» є свої напрацювання. Наприклад,



у магазинах Е.РІС працюють ігрові зони та аніматори, у торгових центрах є кафе.

12. Наступним трендом у розвитку ритейлерів є розширення видів послуг, що сприяють активізації купівлі товарів.

ТЦ «Епіцентр» також надає клієнтам низку послуг, які полегшують та підтримують реалізацію певних груп товарів. Серед таких послуг, перш за все, слід зазначити наступні послуги для створення комфорту і безпеки перебування клієнтів у ТЦ «Епіцентр»: паркінг, камери зберігання речей, кафе, інформаційні послуги («Довідковий центр»).

Далі, слід виділити групу логістичних послуг: послуги крана-маніпулятора для великогабаритних та важких товарів, комплектація товарів, супровід будівельних об'єктів, доставка товарів, видача інтернет-замовлень у Центрах видачі замовлень в ТЦ «Епіцентр», обмін і повернення товару (згідно з законодавством України).

Наступна група послуг, яку слід виділити, стосується обслуговування придбаних товарів та ремонту: заправлення і заміна рідких теплоносіїв у радіаторах та рушникосушарках; здійснення гарантійного та післягарантійного ремонту інструментів, а також замовлення і заміна оригінальних запчастин у «Сервісному центрі з ремонту інструментів». До цієї ж групи послуг можна віднести послуги з виготовлення ключів та ремонту замків, які пропонує одна з нових мереж магазинів компанії «Епіцентр К» – «Ключ Майстер».

ТЦ «Епіцентр» пропонує низку послуг що є завершальними процесами у виготовленні кінцевого продукту або процесами з перетворення товару, що допомагають у його застосуванні кінцевими споживачами: порізка металопродукату, зокрема арматури та труб; порізка та розкрій матеріалів та мийок, підрізка та тюнінг дверей; свердлення отворів у мийках; здійснення машинної обробки країв килимових покриттів ниткою; тонування та змішування фарб; пересадка рослин, складання меблів (доступна тільки у м. Київ). До цієї ж групи віднесемо упаковку подарунків, оскільки ця послуга (процес) фактично завершує концепцію товару, який купляє клієнт.

Наступна група послуг від ТЦ «Епіцентр» включає послуги дизайну:

- проектування кухонь з фахівцем (онлайн);
- виготовлення букетів та квіткових композицій з живих квітів під замовлення у флора-центрах «Букет» безпосередньо в ТЦ

«Епіцентр»;

- індивідуальна дизайнерська розробка та пошиття штор;
- підбір багетів для картин, підбір фоторамок, виготовлення рам і підрамників із якісних багетів, натягування полотен, оформлення вишивок, картин тощо у багетних майстернях.

Однак, компанія ОВІ (Німеччина) пропонує значно ширший асортимент послуг. Серед них варто назвати такі, що відсутні у ТОВ «Епіцентр К»: дизайнерські послуги з проєктування ванних кімнат, послуги з ландшафтного дизайну, надання в оренду причепів, надання в оренду інструментів.

Отже, ТОВ «Епіцентр К» активно підтримує своїми запровадженнями майже усі світові тренди розвитку крупних ритейлерів. Напрямок, де відчувається відставання є розробка власних програмних продуктів, що призначені для підсилення зацікавленості у товарах «Епіцентр К» з боку клієнтів. За дослідженнями, проведеними ТОВ «Епіцентр К», 63% клієнтів цієї мережі складає молода аудиторія віком 25 – 45 років, яка охоче сприймає нові ІТ пропозиції.

Тому наші рекомендації спрямовані на створення цифрових продуктів, оснований на використанні традиційних інтернет технологій та AR технологій, і спрямованих на активізацію покупок в мережі гіпермаркетів «Епіцентр», а також в інтернет-магазині компанії.

Для зростання прибутку товариства можна рекомендувати розробити програмний продукт для самостійного моделювання будинку та квартири, який дозволить розрахувати кошторис матеріалів, необхідних для будівництва, ремонту та оздоблювання приміщень з використанням товарів з каталогу ТОВ «Епіцентр К». Цей застосунок має включати актуальну базу будівельних матеріалів і матеріалів для оздоблювальних робіт, якими торгує «Епіцентр К».

Метою даної пропозиції є прискорення товарообороту будівельних матеріалів, а також продукції концептуальних магазинів «Центр меблів», «Кераміка центр», «Студія Інтер'єрів», «Студія Світла», «Центр техніки ЦЕ ТЕ», «Галереї Деко».

Основна функція застосунку, що пропонується до розробки – це розрахунок матеріалів, необхідних для будівництва змодельованого будинку та/або оздоблення внутрішніх поверхонь приміщень (стіни, стеля, підлога). Фільтри повинні надавати можливість користувачу не тільки обирати основний матеріал за своїм бажанням, але також вста-

новлювати верхню грошову межу для кошторису.

На ринку програмних продуктів існують готові рішення, функціонально схожі з запропонованою концепцією програмного продукту, наприклад:

- Sweet Home 3D – програма із найширшою бібліотекою 3D-об’єктів;
- Home Plan Pro – застосунок із найширшою бібліотекою об’єктів інтер’єру;
- Дизайн інтер’єру 3D – найпотужніша програма для проектування будинку;
- Google SketchUp – найкраща програма для створення простих об’єктів;
- Будинок-3D – найпростіша програма для проектування будинків.

Тому ми впевнені, що застосунок з запропонованою нами концепцію може бути реалізований на сучасному етапі розвитку ІТ технологій.

Переваги застосунку для самостійного моделювання будинку та квартири з формуванням кошторису матеріалів, запропонованого для ТОВ «Епіцентр К» представлено у табл. 2.

Таблиця 2

**Переваги застосунку для самостійного моделювання будинку та квартири з формуванням кошторису матеріалів**

Для клієнтів	Для ТОВ «Епіцентр К»
Розрахунок кошторису на будівництво та ремонтні роботи	Можливість вивчати попит на певні види матеріалів
Можливість формування кошторису для різного рівня платоспроможності клієнта	Збільшення чистого доходу від продажу через інтернет та у магазинах
Можливість комплексного формування замовлення на матеріали в одного постачальника	Зростання прибутку від реалізації товарів (послуг)

Джерело: власна розробка авторів

Розробка застосунку має бути виконана на замовлення ТОВ «Епіцентр К» спеціалізованою компанією.

В Україні працює велика кількість ІТ компаній, усі вони мають свою відповідну спеціалізацію. На підставі вивчення внутрішнього ринку ІТ послуг ми можемо, наприклад, рекомендувати в якості потен-

ційного виконавця такого проекту компанію ТОВ «Polytech Software» (м. Київ). Це велика компанія, яка займається розробкою програмних продуктів для комп'ютерів та мобільних застосунків, має досвід реалізації проєктів для компаній з різних країн світу, таких як США, Канада, Німеччина, Україна та інших.

Інфраструктура мобільного застосунку, концепцію якого ми пропонуємо, дуже складна: сервер виконується однією командою, програма виконується іншою, сервери обслуговуються іншими особами тощо. Тому дуже важливо, щоби у компанії-виконавця у штаті були спеціалісти з компетентностями, необхідними для технічної реалізації такої пропозиції. Компанія ТОВ «Polytech Software» відповідає цьому критерію.

Інвестиція у розробку застосунку, запропонованого для ТОВ «Епіцентр К» потрібна у розмірі 5 млн. грн. Розмір інвестиції встановлено методом аналогій за даними реалізації схожих проєктів.

Поточні витрати, які з'являться у підприємства після запуску застосунку, пов'язані з його технічним обслуговуванням, а також з необхідністю постійного оновлення та актуалізації інформації у базі товарів в застосунку. Тобто, потрібне буде постійне додавання нових SKU та оновлення інформації про ціни та наявність продукту в магазинах. Це завдання може бути найбільш складним для реалізації, оскільки оновлену базу користувачі можуть отримати тільки з оновленням застосунку, якщо використовувати традиційний підхід до його розробки.

Ф. Котлер та ін. у [10] зазначає, що впровадження технологій, які покращують споживчий досвід, збільшують товарооборот на 15-17%. Покращення споживчого досвіду виражається, наприклад, у збільшенні швидкості вибору товару покупцем, дотримання підходу кастомізації з боку продавця .

Оскільки ми робимо розрахунки для ринку України, де спостерігається зниження платоспроможності населення, вважаємо за доцільне очікувати значно менший приріст товарообороту від впровадження застосунку. Навіть за умови наявної потреби у будівництві та ремонтах квартир, населення буде більш орієнтованим на низько бюджетні варіанти. Тому приймаємо до розрахунку очікуваний приріст доходу від впровадження застосунку на рівні 5%.

За базу розрахунку приймаємо чистий дохід від реалізації будівельних матеріалів, а також продукції концептуальних магазинів «Центр

меблів», «Кераміка центр», «Студія Інтер'єрів», «Студія Світла», «Центр техніки ЦЕ ТЕ», «Галереї Деко».

Поточні витрати охоплюють заробітну плату спеціалістів, які займаються постійним оновленням каталогу товарів у застосунку, та іншими питаннями підтримки застосунку у робочому стані.

Термін окупності інвестиції складе 0,4 р. за умови збереження у 2023 році рівня чистого доходу підприємства попереднього року.

Ще однією цікавою пропозицією, яка також може сприяти зростанню прибутку товариства, на наш погляд, є запровадження послуги з дизайну та оформлення подвір'я, тераси, балкону з використанням продукції магазинів «Садові центри» та «All4Rest». Формою реалізації є створення додаткової електронної сторінки на сайті ТОВ «Епіцентр К». Мета заходу: прискорення товарообороту продукції концептуальних магазинів «Садові центри» та «All4Rest».

Пропонується наступна структура електронної сторінки на сайті ТОВ «Епіцентр К»:

- Каталог реалізованих проєктів.
- Інструкція для виконання самостійних замірів.
- Виконання проєкту професійним дизайнером (онлайн) з можливістю демонстрації проєкту у 3D форматі.
- Оформлення замовлення на товари з доставкою (за необхідності).
- Виконання монтажних робіт (за потребою).

Інвестиція у розробку електронної сторінки нової послуги на сайті ТОВ «Епіцентр К» за нашими розрахунками потрібна у розмірі 1,2 млн грн. У розрахункову суму інвестиції увійшла оплата праці дизайнера сторінки та інших спеціалістів, що займаються розробкою сторінки, зокрема формуванням каталогу реалізованих проєктів.

Пропонується виконання проєкту з розробки електронної сторінки з новою послугою на сайті компанії власними силами ІТ спеціалістів ТОВ «Епіцентр К».

Очікуваний термін виконання проєкту – 4 місяці. Окупність інвестиції за розрахунками наступить за період близько одного року.

**Висновки та пропозиції.** Фінансовий результат є сукупним грошовим наслідком різноманітних за економічним характером видів діяльності суб'єкта підприємництва, який визначається (розраховується) за певний період часу і виражається через показники прибутку (збитку), прибутковості (збитковості) і зміни розміру власного капіталу. Тобто

поняття «фінансовий результат» є більш ширшим ніж прибуток. Можна виділити два основних підходи щодо розрахунку фінансових результатів підприємства: фінансовий результат визначається як прибуток або збиток; фінансовий результат визначається як зміна власного капіталу суб'єкту підприємницької діяльності. Варто зазначити, що використання фінансового результату та їх впливу на господарську діяльність підприємства потребують подальших глибоких досліджень.

ТОВ «Епіцентр К» є омніканальним розгалуженим підприємством зі складною структурою, одним з найбільших ритейлерів в Україні. Компанія не має прямих конкурентів, що є сприятливою умовою подальшого розвитку бізнесу. Сильною стороною управління ТОВ «Епіцентр К» є орієнтація на постійне покращення діяльності, планомірне запровадження організаційних та структурних змін в масштабах всього бізнесу. Запроваджено шляхи покращення фінансових результатів діяльності ТОВ «Епіцентр К»; розроблено та обґрунтовано відповідні заходи з підвищення доходу підприємства від основної діяльності та отримання прибутку. Такими напрямками може бути: розробка програмного продукту для самостійного моделювання будинку та квартири, який дозволить розрахувати кошторис матеріалів, необхідних для будівництва, ремонту та оздоблювання приміщень з використанням товарів з каталогу ТОВ «Епіцентр К» і запровадження послуги з дизайну та оформлення подвір'я, тераси, балкону з використанням продукції магазинів «Садові центри» та «All4Rest». Напрями подальшого дослідження будуть пов'язані з розробкою методики проведення факторного аналізу фінансових результатів підприємства.

### Список використаної літератури

1. Добровольська О. В. Терещенко В. О. Резерви підвищення прибутковості підприємства в умовах ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. Вип. 13. С. 194-197.
2. Білик М. Д., Білик Т. О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування : монографія. Київ: ТОВ «ПанТот», 2012. 280 с.
3. Стаднюк Т. Особливості методики аналізу фінансових результатів діяльності підприємств. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 1. С. 127-132.
4. Дубинина М. В., Вишенська Л. М. Управління інформаційною системою обліку фінансових результатів діяльності аграрних підприємств. *Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*. 2015. № 1. С. 83-85.

5. Шевчук К. В., Бондар В. І. Фінансові результати як економічна категорія та особливості відображення їх в обліку та звітності підприємства. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2019. Вип. 1, № 16(61). С. 158-166.
6. Фірман Н. Я., Вашків О. П. Економічна сутність фінансового результату. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 5 (22). С.162-168.
7. Назаренко О. В., Лукаш Р. В. Фінансові результати: сутність та особливості організації бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 2. С. 19-25.
8. Наш бізнес: Мережа Епіцентр. Епіцентр К : офіційний сайт. URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/nash-biznes/> (дата звернення: 25.03.2023).
9. Шаповал К. «Епіцентр» уже друге десятиліття обіграє всіх конкурентів. Чи зможе він повторити те ж саме з IKEA і Rozetka? *Forbes*. 2021. URL: <https://forbes.ua/company/epitsentr-uzhe-drughe-desyatilittya-obigrue-vsikh-konkurentiv-chi-zmozhe-vin-povtoriti-te-zh-same-z-ikea-i-rozetka-11052021-1479> (дата звернення 25.03.2023).
10. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.

Стаття надійшла 20.04.2023 року

**H. V. Koshelok,**

Dr. Sc. (Economics), Associate professor,  
Odesa National Economic University,  
8, Preobrazhenska St., Odesa, 65082, Ukraine,  
e-mail: galas2811@gmail.com  
ORCID 0000-0003-0331-0592

**O. P. Gorlova,**

Cand. Sc. (Economics), Associate professor,  
Odesa National Economic University,  
8, Preobrazhenska St., Odesa, 65082, Ukraine,  
e-mail: egorlova@gmail.com  
ORCID 0000-0003-2411-3977

## **ADAPTATION OF MODERN GLOBAL EXPERIENCE IN INCREASE OF THE PROFIT OF COMMERCIAL ENTERPRISES**

The topic of finding ways to increase profits is most acute for enterprises operating in markets with high intensity of competition with rapid demand variability such as the retail market. Large retailers feel the most confident about it, but even they have to constantly look for new ways to improve financial results. The purpose of this article is to determine ways to increase the profit of trading enterprises based on the adaptation of modern world experience in this field.

The financial result is considered as a profit or loss for the accounting period, as well as an increase or decrease in the company's equity for the period. It is noted that in order

to improve the management of financial results, enterprises should enrich the methodology of planning, control and analysis with various indicators of financial results. Modern global trends in the development of large retailers have been studied.

To compare the ways of development of foreign and domestic large retailers, one of the largest trading companies of Ukraine was chosen. This is Epicenter K LLC, the structure of which has many foreign analogues. Epicenter K LLC has no direct competitors in Ukraine. However, it competes in the retail market for some product groups. It is clarified that Epicenter K LLC successfully follows most of the global trends in the development of large distribution networks. The sphere in which the Ukrainian company lags behind the achievements of large retailers with a world name has been identified. This is the development of own software products, which are designed to attract more customers to the products of Epicenter K LLC. A study conducted by Epicenter K LLC shows that 63% of the customers of their hypermarket network are aged between 25 and 45. That is, most of the company's customers are a category of buyers who are open to accepting new IT offers. Concepts of digital technologies aimed at increasing the profit of Epicenter K LLC are proposed. Methodical recommendations are provided for calculating the expected financial result from their implementation. A preliminary assessment of the expected financial results of the implementation of the proposals and their payback period was carried out, which confirms their feasibility.

**Key words:** financial results, profit, retailers, business processes, trade.

## References

1. Dobrovolska, O. V. & Tereshchenko, V. O. (2015). Rezervy pidvyshchennia prybutkovosti pidpriemstva v umovakh rynku. [Reserves for increasing the company's profitability in market conditions]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University]. 13, 194-197 (in Ukrainian).
2. Bilyk, M. D., & Bilyk, T. O. (2012). Finansovi rezultaty diialnosti malykh pidpriemstv: otsinka ta prohnozuvannia. [Financial performance of small businesses: assessment and forecasting]. Monograph. Kyiv: TOV «PanTot» (in Ukrainian).
3. Stadniuk, T. (2016). Osoblyvosti metodyky analizu finansovykh rezultativ diialnosti pidpriemstv. [Peculiarities of the methodology for analyzing the financial results of enterprises]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. [Economic journal of Lesya Ukrainka East European National University].1, 127-132. (in Ukrainian).
4. Dubynyna, M. V. & Vyshenska, L. M. (2015). Upravlinnia informatsiinoiu systemoiu obliku finansovykh rezultativ diialnosti ahranykh pidpriemstv. [Management of the information system of accounting for the financial results of agricultural enterprises]. *Visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho ahrarno-ekonomichnoho universytetu*. [Bulletin of the Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University]. 1, 83-85. (in Ukrainian).
5. Shevchuk, K.V. & Bondar, V. I. (2019). Finansovi rezultaty yak ekonomichna katehoriia ta osoblyvosti vidobrazhennia yikh v obliku ta zvitnosti pidpriemstva. [Financial results as an economic category and features of their display in accounting and reporting of the enterprise]. *Ekonomichni nauky. Serii «Oblik i finansy»*. [Economic sciences.



Series "Accounting and Finance". 1, (*16 (61)*), 158-166. (in Ukrainian).

6. Firman, N. I. & Vashkiv, O. P. (2019). Ekonomichna sutnist finansovoho rezultatu. [The economic essence of the financial result]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*. [Eastern Europe: Economy, Business and Management]. 5(22), 162-168. (in Ukrainian).
7. Nazarenko, O. V. & Lukash, R. V. (2018). Finansovi rezultaty: sutnist ta osoblyvosti orhanizatsii bukhhalterskoho obliku. [Financial results: essence and features of accounting organization]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. [Investments: practice and experience]. 2. 19-25. (in Ukrainian).
8. Nash biznes: Merezha Epitsentr. [Our business: Network Epicenter]. Epitsentr K : ofitsiynyi sait. Retrieved from <https://epicentrk.ua/ua/about /nash-biznes/> (Retrieved 25.03.2023). (in Ukrainian).
9. Shapoval, K. (2021). «Epitsentr» uzhe druhe desiatylyttia obihruie vsikh konkurentiv. Chy zmozhe vin povtoryty te zh same z IKEA i Rozetka? [“Epicenter” has been beating all competitors for the second decade. Will he be able to repeat the same with IKEA and Rozetka?]. *Forbes*. Retrieved from <https://forbes.ua/company/epitsentr-uzhe-druhe-desyatylittya-obigrue-vsikh-konkurentiv-chi-zmozhe-vin-povtoriti-te-zh-same-z-ikea-i-rozetka-11052021-1479>. (Retrieved 25.03.2023)(in Ukrainian).
10. Kotler, F., Katardzhaia, H. & Setiavan I. (2018). *Marketynh 4.0. Vid tradytsiinoho do tsyfrovoho*. [Marketing 4.0. From traditional to digital]. K. : Vyd. hrupa KM-BUKS. (in Ukrainian)