

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
Навчально-науковий інститут бізнесу, менеджменту та маркетингу  
Кафедра маркетингу та логістики

## ДИПЛОМНА РОБОТА

магістра

на тему: «Аналіз ринку матеріалів для нанесення  
дорожньої розмітки та розробка маркетингових  
рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп»»

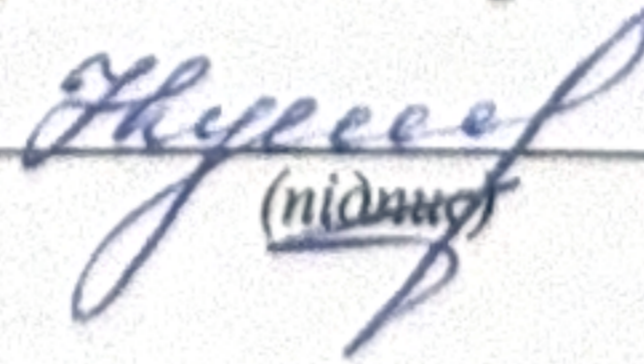
Виконав

  
(підпис)

Студент гр. МКЗ-61м  
Саїк Ю. А.

(прізвище, ініціали)

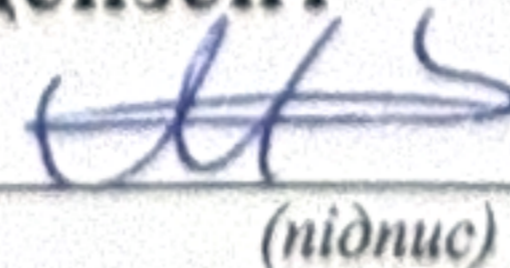
Науковий керівник

  
(підпис)

Кульчицька Е.А.

(прізвище, ініціали)

Рецензент

  
(підпис)

Майоран В.О.

(прізвище, ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут \_\_\_\_\_ бізнесу, менеджменту та маркетингу  
Кафедра \_\_\_\_\_ маркетингу та логістики  
Освітньо-кваліфікаційний рівень \_\_\_\_\_ магістр  
Спеціальність \_\_\_\_\_ 075 «Маркетинг»  
Освітня програма \_\_\_\_\_ Маркетинг

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри маркетингу та логістики  
к.е.н., доцент Кульчицька Е.А.

*Кульчицька*  
«19» грудня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНЦІ**

**Саїку Юрію Андрійовичу**

*(прізвище, ім'я, по-батькові у давальному відмінку)*

1. Тема роботи: Аналіз ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп»

керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Кульчицька Евеліна Антоніївна, к.е.н., доц.  
*(прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)*

затверджена наказом по університету від \_\_\_\_\_ «09» вересня 2025 р. № С-693

2. Термін подання студентом дипломної роботи \_\_\_\_\_ «12» грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до дипломної роботи:  
бухгалтерська та статистична звітність підприємства, наукові публікації, статистичні дані щодо маркетингової діяльності підприємств, закони України та нормативні акти в сфері маркетингової діяльності, аналітичні дослідження ринку в Україні та закордоном.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (розділи, які потрібно розробити):  
Розділ 1. Характеристика ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та особливості інформаційних ресурсів для його дослідження. Розділ 2. Фінансово-економічна характеристика діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп» та його маркетингового середовища. Розділ 3. Розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

5. Перелік графічного матеріалу:

1. Порівняльна характеристика матеріалів для нанесення дорожньої розмітки. Інформаційні ресурси для дослідження ринку дорожньої розмітки. Результати участі п-ва у тендерах. Динаміка надходжень. 2. Динаміка основних фінансово-економічних показників. Фінансовий скоринг п-ва. 3. PESTEL-аналіз впливу факторів макросередовища на діяльність ТОВ «ТМГ». 4. Характеристика складових мікросередовища функціонування ТОВ «ТМГ». 5. Географічна структура світового експорту фарби. 6. Географічна структура світового експорту затверджувачів. 7. Географічна структура світового експорту склокульок.

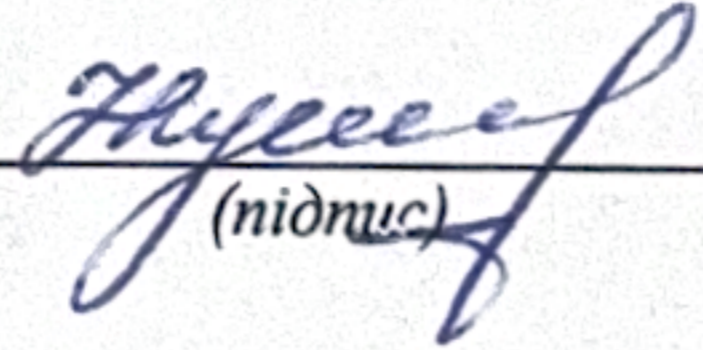
6. Консультанти розділів роботи (за потреби)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання

«09» вересня 2025 р.

Науковий керівник

  
(підпис)

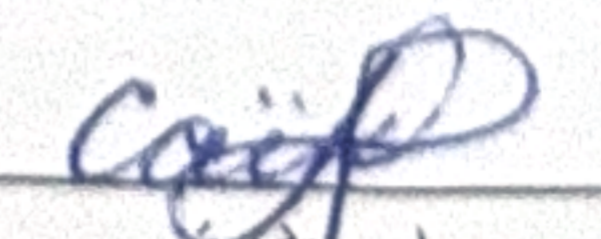
Кульчицька Е. А.

(прізвище, ініціали)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	09.09.24-18.09.24	
2	Розділ 1. Характеристика ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та особливості інформаційних ресурсів для його дослідження.	19.09.24-15.10.24	
4	Розділ 2. Фінансово-економічна характеристика діяльності ТОВ «Трафік менеджмент груп» та його маркетингового середовища.	16.10.24-04.11.24	
5	Розділ 3. Розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп».	05.11.24-24.11.24	
6	Висновки	25.11.24-02.12.24	
7	Оформлення графічного матеріалу та пояснювальної записки.	03.12.24-12.12.24	
8			

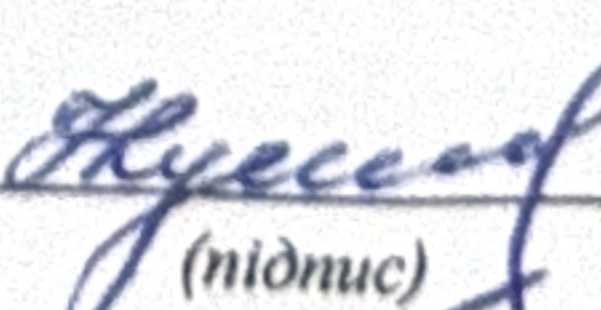
Студентка

  
(підпис)

Саїк Ю. А.

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

  
(підпис)

Кульчицька Е. А.

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

Саїк Ю.А. Аналіз ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

*Мета магістерської роботи* полягає у визначенні особливостей ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

*Об'єктом магістерської роботи* є маркетингова діяльність ТОВ «Трафік менеджмент груп», а *предметом* – ринок матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.

В результаті проведеного аналізу фінансового стану підприємства, аналізу його маркетингового середовища та аналізу зовнішніх ринків матеріалів для дорожньої розмітки на основі даних TradeMap розроблено маркетингові рекомендації для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

Пояснювальна записка магістерської роботи складається з вступу, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Пояснювальна записка має обсяг 51 сторінок і включає 25 таблиць, 5 рисунків та список 48 використаних джерела.

**Ключові слова:** *маркетингове середовище, дорожня розмітка, маркувальні матеріали, зовнішні ринки.*

## ABSTRACT

Saik Yu.A. Market Analysis of Materials for Road Marking Application and Development of Marketing Recommendations for the “Traffic Management Group” LLC.

**The purpose of the Master’s thesis** is to identify the specific features of the road marking materials market and to develop marketing recommendations for "Traffic Management Group" LLC.

**The object of the Master’s thesis** is the marketing activity of "Traffic Management Group" LLC, while **the subject** is the market of materials for applying road markings.

**As a result** of the financial condition analysis, marketing environment research, and the analysis of foreign markets for road marking materials based on TradeMap data, marketing recommendations for "Traffic Management Group" LLC have been developed.

The Explanatory note of the master's thesis consists of an introduction, three main sections, conclusions, a list of sources used and appendices. The Explanatory note consists of 51 pages. The amount of informational sources used in the thesis is 48 sources. The work contains 5 figures and 25 tables.

**Key words:** *marketing environment, road marking, marking materials, foreign markets.*

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ НАНЕСЕННЯ ДОРОЖНЬОЇ РОЗМІТКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ЙОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Характеристика матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.....	9
1.2. Інформаційні ресурси для дослідження ринку дорожньої розмітки.....	14
<b>РОЗДІЛ 2. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП» ТА ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА .....</b>	<b>17</b>
2.1. Основні напрямки діяльності ТОВ «ТМГ».....	17
2.2. Фінансово-економічна характеристика діяльності ТОВ «ТМГ».....	21
2.3. Аналіз маркетингового середовища ТОВ «ТМГ».....	26
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ДЛЯ ТОВ «ГРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП».....</b>	<b>30</b>
3.1. Аналіз світового експорту матеріалів для нанесення дорожньої розмітки ...	30
3.1.1. Аналіз основних експортерів фарб для дорожньої розмітки.....	34
3.1.2. Аналіз основних експортерів затверджувачів.....	30
3.1.3. Аналіз світового експорту матеріалів для нанесення дорожньої розмітки	37
3.2. Розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «ТМГ».....	39
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	52

## ВСТУП

*Актуальність теми.* У сучасних умовах розвитку транспортної інфраструктури України та світу питання підвищення безпеки дорожнього руху й ефективності експлуатації доріг набувають виняткового значення. Одним із ключових чинників забезпечення безпечного та комфортного пересування є якісна дорожня розмітка, яка сприяє чіткому регулюванню транспортних потоків, зниженню аварійності та оптимізації дорожньої інфраструктури.

Останніми роками спостерігається активне оновлення доріг, модернізація транспортних коридорів та зростання вимог до стандартів якості дорожніх матеріалів. Аналіз ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки стає важливим етапом для виробників і постачальників цієї продукції, оскільки дозволяє виявити ключові тенденції, конкурентні позиції, потреби замовників і перспективи впровадження інноваційних технологій.

Для підприємств, що працюють у цій галузі, зокрема для ТОВ «Трафік менеджмент груп», глибоке розуміння ринкових процесів та механізмів формування попиту є необхідною умовою формування ефективної маркетингової стратегії. В умовах посиленої конкуренції й змін у законодавчому регулюванні питання вибору оптимальних маркетингових інструментів стає стратегічним пріоритетом для забезпечення стабільного розвитку та підвищення конкурентоспроможності компанії.

Таким чином, проведення комплексного аналізу ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка практичних маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп» є актуальними з точки зору як наукових досліджень, так і практичного застосування у сфері дорожнього будівництва та менеджменту.

*Об'єктом магістерської роботи* є маркетингова діяльність ТОВ «Трафік менеджмент груп», а *предметом* – ринок матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.

*Мета магістерської роботи* полягає у визначенні особливостей ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

Для досягнення поставленої вище мети потрібно вирішити такі завдання:  
представити класифікацію матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та систематизувати існуючі інформаційні ресурси для дослідження ринку дорожньої розмітки;

проаналізувати основні сфери діяльності ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»;  
представити фінансово-економічну характеристику ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»;

проаналізувати маркетингове середовище ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»;  
проаналізувати світовий ринок експортерів матеріалів для нанесення дорожньої розмітки;

розробити маркетингові рекомендації для ТОВ «Трафік менеджмент груп».

*Джерельна база.* Дослідженню ринків маркувальних матеріалів присвячена незначна кількість праць. Для проведення досліджень в основному застосовувались дані TradeMap, YouControl та ProZorro, а також статті авторів *Гостєва Ю.Г., Румянцева Л.Ю., Кострульової Т.Є.* про аналіз сучасних матеріалів (холодний пластик, термопластик) та доцільність їх застосування в Україні.

В магістерській роботі використовувались такі методи та підходи: методи проведення статистичного аналізу – при проведенні фінансово-економічного аналізу ТОВ «ТМГ», при аналізі даних TradeMap, YouControl та ProZorro, методи індукції та дедукції – при здійсненні узагальнення характеристик маркувальних матеріалів та інформаційних ресурсів для дослідження ринку дорожньої розмітки, формування висновків і рекомендацій.

*Елементи наукової новизни.* Проведено систематизацію інформаційних ресурсів для дослідження ринку дорожньої розмітки.

*Практична значущість.* На основі аналізу даних TradeMap виявлено потенційних іноземних постачальників матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.

*Апробація результатів.* Основні результати дослідження магістерської роботи представлено на 77-й студентській науково-практичній конференції НЛТУ України у доповіді на тему: «Аналіз ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки».

## РОЗДІЛ 1

### ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ НАНЕСЕННЯ ДОРОЖНЬОЇ РОЗМІТКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ЙОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 1.1. Характеристика матеріалів для нанесення дорожньої розмітки

Матеріали для нанесення дорожньої розмітки класифікують за такими основними ознаками:

- за фізико-хімічною природою;
- за терміном експлуатації;
- за технологією нанесення;
- за функціональним призначенням;
- за умовами застосування.

Найбільш поширеною в науковій та практичній площині є класифікація за видом матеріалу, яку наведено у табл. 1.1 та 1.2.

До матеріалів, які застосовуються для нанесення дорожньої розмітки відносяться: спеціальні стійкі фарби, термопластики та холодні пластики, спреї-пластики, термопластичні стрічки, керамічна і клінкерна бруківку, порцелянова крихта, штучні форми з білого полімеро- або цементобетону, кольоровий асфальтобетон тощо. Але найбільш популярними матеріалами, які використовуються при нанесенні дорожньої розмітки є фарба та пластик (термопластик та холодний пластик).

Порівняльна характеристика матеріалів для нанесення дорожньої розмітки представлена у табл. 1.1, а їх більш детальна характеристика, переваги, недоліки та особливості використання відображено у табл. 1.2.

**Таблиця 1.1**

#### Порівняльна характеристика матеріалів для нанесення дорожньої розмітки

Матеріал	Термін служби	Вартість	Зносостійкість
Фарби	до 1 року	низька	низька
Термопластик	2–5 років	висока	висока
Холодний пластик	3–6 років	висока	дуже висока
Полімерні стрічки	тимчасова	середня	низька

Таблиця 1.2

## Особливості використання матеріалів для нанесення дорожньої розмітки

Маркувальні матеріали	Особливості застосування
<p><b>Фарби</b> (найбільш поширений і економічно доступний матеріал для нанесення розмітки):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• акрилові;</li> <li>• алкідні;</li> <li>• водоемульсійні;</li> <li>• розчинникові.</li> </ul>	<p>Застосовують для вертикальної і горизонтальної розмітки.</p> <p><b>Переваги:</b> низька вартість як самого матеріалу, так і технологічного устаткування для його нанесення, простота нанесення, широкий температурний діапазон нанесення, короткий час висихання, а також наявність можливості трафаретного нанесення складних по конфігурації елементів розмітки.</p> <p><b>Недоліки:</b> короткий термін служби - <b>від 3 до 12 місяців</b> (залежно від складу і експлуатаційного навантаження вони можуть забезпечити термін служби горизонтальної розмітки від одного сезону до одного року).</p>
<p><b>Термопластик</b> (матеріал на основі синтетичних смол, що наноситься в розплавленому стані)</p>	<p><b>Переваги:</b> триваліший термін служби (<b>2–5 років</b>) (товщина шару складає від 1 до 4 мм); за рахунок більшої товщини шару лінії з термопластика краще видно на мокрій проїзній частині, особливо в нічний час, тривалий термін зберігання на складах; висока механічна міцність; добра адгезія до асфальтобетону; можливість створення рельєфної розмітки, висока світлоповертаюча здатність.</p> <p><b>Недоліки:</b> складність технологічного устаткування; разові витрати на облаштування розмітки з термопластика в 3-4 рази більше витрат при використанні фарб, обмежений технологічний діапазон нанесення. Отже, основний недолік - висока вартість матеріалу та обладнання для нанесення.</p>

## Продовження таблиці 1.2

Маркувальні матеріали	Особливості застосування
<p><b>Холодні пластики</b> (двокомпонентний матеріал, що твердне в результаті хімічної реакції).</p>	<p>Використовують для нанесення розмітки в місцях найбільшого зносу (наприклад, на пішохідних переходах). Вони забезпечують термін служби протягом 2-х і більше років.</p> <p><b>Переваги:</b> можливість нанесення їх при нижчих температурах, ніж термопластиків, що збільшує сезонність робіт; відсутність необхідності в нагріванні і плавленні початкової суміші; завдяки утворенню тривимірної сітки при твердінні матеріалу, холодний пластик має високу стійкість до дії атмосферних факторів, характеризується хімічною стійкістю, стійкістю до перепадів температур і зносостійкістю. Довговічність розмітки з холодних пластиків в середньому в 2 рази перевищує довговічність термопластиків при однаковій товщині лінії. Отже, основні переваги: термін служби 3-6 років; висока зносостійкість; стійкість до кліматичних впливів; можливість нанесення вручну або механізовано; висока якість розмітки.</p> <p><b>Недоліки:</b> Якість розмітки у значній мірі залежить від температури і концентрації затверджувача. За вартістю холодні пластики є одним з найдорожчих розміточних матеріалів. Отже, основні недоліки: складніша технологія нанесення, вища вартість.</p>
<p><b>Полімерні стрічки та плівки</b></p>	<p>Застосовуються переважно для тимчасової або експериментальної розмітки.</p> <p><b>Переваги:</b> простий і швидкий монтаж (мобільність); можливість демонтажу; мінімальні підготовчі роботи.</p> <p><b>Недоліки:</b> низька стійкість до навантажень, обмежений термін служби.</p>

## Продовження таблиці 1.2

Маркувальні матеріали	Особливості застосування
Світло-повертальні матеріали	<p>До цієї групи належать <b>склокульки та світлоповертаючі добавки</b>, які вводять у фарби, термопластик або холодний пластик. <b>Функції:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• підвищення видимості розмітки в темний час доби;</li> <li>• забезпечення безпеки дорожнього руху.</li> </ul>

Маркувальні матеріали для дорожньої розмітки також можна класифікувати за технологією нанесення (табл. 1.3): холодним способом (застосовується при нанесенні фарби та холодного пластика) та гарячим способом (застосовується при нанесенні термопластика, спреї-пластика, а також термопластичних стрічок).

Таблиця 1.3

**Класифікація маркувальних матеріалів для дорожньої розмітки за технологією нанесення**

Холодним способом	Гарячим способом
<p>Наносяться при температурі навколишнього повітря. До них відносяться фарби і емалі на органічних розчинниках, водно-дисперсійні фарби, холодні пластики.</p>	<p>Матеріали використовують, нагріті до температури 180-220 °С. До таких матеріалів відносяться термопластики, спреї-пластики, а також термопластичні стрічки, які приклеюються до асфальту за допомогою газового пальника. Температура повітря і покриття при нанесенні розмітки цими матеріалами повинна бути в інтервалі 5-35 °С.</p>

В залежності від сфери застосування розрізняють п'ять кольорів дорожньої розмітки: біла, синя, жовта, червона-біла та помаранчева. У табл. 1.4 описано призначення (сфери застосування) маркувальних матеріалів різних кольорів.

Таблиця 1.4

## Застосування кольорів для дорожньої розмітки

Кольори	Сфера застосування (призначення)
Білий	Лінії горизонтальної розмітки
Синій	Вузька суцільна лінія, яка поділяє транспортні потоки протилежних напрямків і позначає межі смуг руху на дорогах; позначає межі ділянок проїзної частини, на які в'їзд заборонено; позначає межі місць для стоянки транспортних засобів, майданчиків для паркування і край проїзної частини доріг, не віднесених за умовами руху до автомагістралей; нею позначаються майданчики для паркування, відведені на проїзній частині
Жовтий	Лінії, які позначають місця, де заборонено зупинку та стоянку транспортних засобів. Застосовується самостійно або в поєднанні із знаком «паркування/стоянку заборонено» і наноситься біля краю проїзної частини або по верху бордюру.
Червоно-білий	Лінії нерегульованого пішохідного переходу, нерегульований пішохідний перехід у місцях з підвищеною небезпекою здійснення ДТП, позначення нерегульованого пішохідного переходу в місцях проживання або роботи сліпих, позначає місце, де велосипедна доріжка перетинає проїзну частину.
Помаранчевий	Лінії тимчасової розмітки.

Отже, вибір матеріалу для нанесення дорожньої розмітки залежить від:

- інтенсивності транспортного руху;
- кліматичних умов;
- бюджету замовника;
- строків експлуатації.

Для підприємств, що працюють на ринку дорожньої інфраструктури, зокрема ТОВ «Графік менеджмент груп», оптимальне поєднання матеріалів

різних типів є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

## **1.2. Інформаційні ресурси для дослідження ринку дорожньої розмітки**

Аналіз ринку матеріалів для нанесення дорожньої розмітки та розробка маркетингових рекомендацій не можливо реалізувати без відповідних інформаційних ресурсів. Характеристика основних складових маркетингової інформаційної системи підприємства представлена у табл. 1.5.

Оскільки основними споживачами послуг з нанесення дорожньої розмітки є державні підприємства (служби автомобільних доріг, комунальні служби), то підприємства, які надають такі послуги, отримують замовлення в наслідок перемог у тендерних змаганнях. У зв'язку з цим, щоб збільшити свої шанси отримати перемогу на тендерних змаганнях, підприємствам потрібно ретельно аналізувати результати попередніх тендерних торгів. Такі дані доступні на *майданчику державних публічних закупівель ProZorro*, а також в аналітичній онлайн-системі *YouControl*. Ресурси YouControl можна використовувати, як для проведення аналізу ринку, так і для перевірки контрагентів.

Важливою інформацією для будь-якого підприємства є законодавчі та стандартні документи, вивчення яких є важливим для розуміння вимог до продукції та послуг:

- **ДСТУ та національні стандарти**, що регламентують вимоги до дорожньої розмітки та матеріалів. (пошук ДСТУ через сайти стандартів або університетські репозиторії) [wunu.edu.ua](http://wunu.edu.ua)

- **Законодавство України у сфері дорожньої інфраструктури та закупівель** (система електронних закупівель, нормативи тощо).

Для пошуку потенційних іноземних постачальників маркувальних матеріалів цінним є використання бази даних **Trade Map**, за даними якої можна проаналізувати основних світових експортерів матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.

Таблиця 1.5

**Характеристика підсистем маркетингової інформаційної системи на  
прикладі підприємств з дорожньої розмітки**

Підсистеми	Характеристика
<b>Підсистема внутрішньої звітності</b>	Сукупність документів, пов'язаних із замовленнями, транспортуванням, оплатою рахунків, обсягами матеріальних запасів, сумою витрат, даними про дебіторську та кредиторську заборгованість. <i>Наприклад, підсистема внутрішньої інформації може включати в себе дані ІС бухгалтерії та офіційну звітність підприємства.</i>
<b>Підсистема зовнішньої поточної маркетингової інформації</b>	Набір джерел і методичних засобів, за допомогою яких керівництво підприємства отримує регулярну інформацію про події, які відбуваються в комерційному середовищі. <i>Наприклад, проведення аналізу результатів попередніх тендерних закупівель на Zakirki.prom.ua - офіційному маданчику державних публічних закупівель ProZorro. Результати аналізу дозволяють прийняти рішення, які ціну вказувати в наступних тендерних пропозиціях.</i>
<b>Підсистема маркетингових досліджень</b>	Систематичний збір, відображення та аналіз даних про проблеми маркетингу товарів і послуг. Такі дослідження можна здійснювати: за допомогою спеціалізованих маркетингових агенцій, вищих навчальних закладів, за допомогою власного підрозділу маркетингових досліджень.
<b>Підсистема аналізу маркетингової інформації</b>	Сукупність методів аналізу маркетингових даних і проблем маркетингу. Систему аналізу маркетингової інформації становлять статистичний банк і банк моделей. <b>Статистичний банк</b> - сукупність сучасних методик статистичної обробки інформації (регресійний, кореляційний, факторний, груповий тощо), які дозволяють більш повно розкрити взаємозалежність та взаємозв'язок між факторами, які впливають на маркетинговий процес, його результативність. <b>Банк моделей</b> - набір математичних моделей, які сприяють прийняттю оптимальних маркетингових рішень підприємствами (моделі створення товару; модель розрахунку ціни; моделі каналів розподілу; модель розробки рекламного бюджету тощо).

*Джерело : сформовано автором на основі [15]*

Корисним джерелом інформації також можуть бути **галузеві ринкові звіти й аналітика**. Ці джерела містять статистичні дані, прогнози росту, сегментацію ринку, огляд конкурентів та трендів:

- **Global Road Marking Materials Market (Ken Research, Global)** — аналітичний звіт про світовий ринок матеріалів для дорожньої розмітки з оцінкою вартості ринку та основними сегментами ([kenresearch.com](http://kenresearch.com)).
- **Road Marking Materials Market – Mordor Intelligence** — глобальний аналіз ринку, темпи росту та тренди до 2030 р. ([Mordor Intelligence](http://Mordor Intelligence)).
- **Глобальні огляди ринку дорожніх покриттів для розмітки** — аналітичні матеріали, які описують структуру ринку, основних гравців та регіональні тенденції ([uk.eturbonews.com](http://uk.eturbonews.com)).

## РОЗДІЛ 2

### ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП» ТА ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

#### 2.1. Основні напрямки діяльності ТОВ «ТМГ»

Основним напрямком діяльності ТОВ «ТМГ» є надання послуг з нанесення дорожньої розмітки. Зазначений напрямок по КВЕДу відноситься до коду 42.11 «Будівництво доріг і автострад». Крім того, підприємство надає послуги з встановлення дорожніх знаків, світлофорів, бар'єрного огородження. Весь спектр видів економічної діяльності підприємства зазначено у таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1**

#### Напрямки видів економічної діяльності підприємства

Коди	Назва виду економічної діяльності
	<b>Основний</b>
42.11	Будівництво доріг і автострад
	<b>Додаткові</b>
43.21	Електромонтажні роботи
77.39	Надання в оренду інших машин, устаткування та товарів, н.в.і.у.
82.99	Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у
46.73	Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням
46.90	Неспеціалізована оптова торгівля
49.41	Вантажний автомобільний транспорт
43.29	Інші будівельно-монтажні роботи
46.75	Оптова торгівля хімічними продуктами
68.20	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
71.11	Діяльність у сфері архітектури
71.12	Діяльність у сфері інжинірингу, геології та геодезії, надання послуг технічного консультування в цих сферах

Характеристика основних видів діяльності підприємства представлена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

### Характеристика основних видів діяльності

#### ТОВ «Трафік Менеджмент Груп»

Види послуг	Перелік робіт	Опис
<b>1. Виконання робіт з організації дорожнього руху.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нанесення дорожньої розмітки (фарбою та холодним пластиком).</li> <li>• Встановлення бар'єрного огороження.</li> <li>• Встановлення дорожніх знаків.</li> <li>• Монтаж світловідбиваючих елементів.</li> <li>• Монтаж засобів примусового зменшення швидкості руху транспорту.</li> </ul>	Підприємство забезпечує належну організацію дорожнього руху шляхом створення дорожньої інфраструктури практично “з нуля” — наносить розмітку, встановлює знаки, здійснює монтаж світловідбиваючих елементів, тощо. Завдання підприємства — зробити так, щоб дорожній рух був максимально безпечним та комфортним.
<b>2. Благоустрій парковок та громадського простору.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробка рішення та супровід реалізації.</li> <li>• Виконання робіт з ОДР та пусконаладжувальних робіт.</li> <li>• Управління парковками.</li> </ul>	Завдання підприємства — створити продуману та зручну інфраструктуру для користувачів громадського та приватного транспорту, пішоходів. Логічно розміщена зупинка, практично розташована парковка чи інші елементи громадського простору — запорука комфортного проживання у місті.
<b>3. Консалтинг в сфері організації дорожнього руху, сервіс обладнання.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробка схем ОДР.</li> <li>• Інвентаризація та облік елементів ОДР.</li> <li>• Перевірка кількісних та якісних показників виконаних робіт з ОДР.</li> <li>• Виготовлення виконавчих схем робіт з ОДР.</li> </ul>	Підприємство проводить консультації в сфері організації дорожнього руху, ділиться здобутим досвідом, надає сервісні послуги — все задля того, щоб пересвідчитися, що урбаністичні функції виконуються на належному рівні якості.
<b>4. Продаж обладнання та матеріалів для організації дорожнього руху.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Матеріали для дорожньої розмітки: фарба, пластик, склокульки, затверджувач</li> <li>• Бар'єрне огороження.</li> <li>• Дорожні знаки.</li> <li>• Інші ТЗДР.</li> <li>• Обладнання для нанесення дорожньої розмітки.</li> </ul>	Пошук, підбір та тестування матеріалів, необхідних для організації дорожнього руху — це тривалий та часто складний процес. Підприємство може допомогти спростити цей процес, пропонуючи широкий асортимент якісних матеріалів, якими користується само.

Джерело: сформовано автором на основі даних сайту досліджуваного підприємства [19]

Підприємство працює на ринку дорожньої розмітки вже майже 11 років (zareєстровano 31 січня 2015 року). Статутний капітал досліджуваного

підприємства становить 654 тис. грн. Перелік основного обладнання та техніки підприємства зазначено у Додатку Б.

Основними споживачами підприємства є державні підприємства (служби автомобільних доріг, комунальні служби та органи місцевого самоврядування). Тому основні замовлення підприємство отримує в наслідок перемог на тендерних змаганнях. З кінця 2016 року по жовтень 2025 року підприємство брало участь у 1051 тендорному змаганні, 65% з яких були переможними (табл. 2.3).

**Таблиця 2.3**

**Результати участі ТОВ «ТМГ» у державних тендерних змаганнях  
з кінця 2016 р. по жовтень 2025 р.**

Показники	Кількість	Питома вага, %
Загальна кількість лотів	1051	100
Переможні лоти	687	65,4
Інші лоти	243	23,1
Дискваліфікація	121	11,5

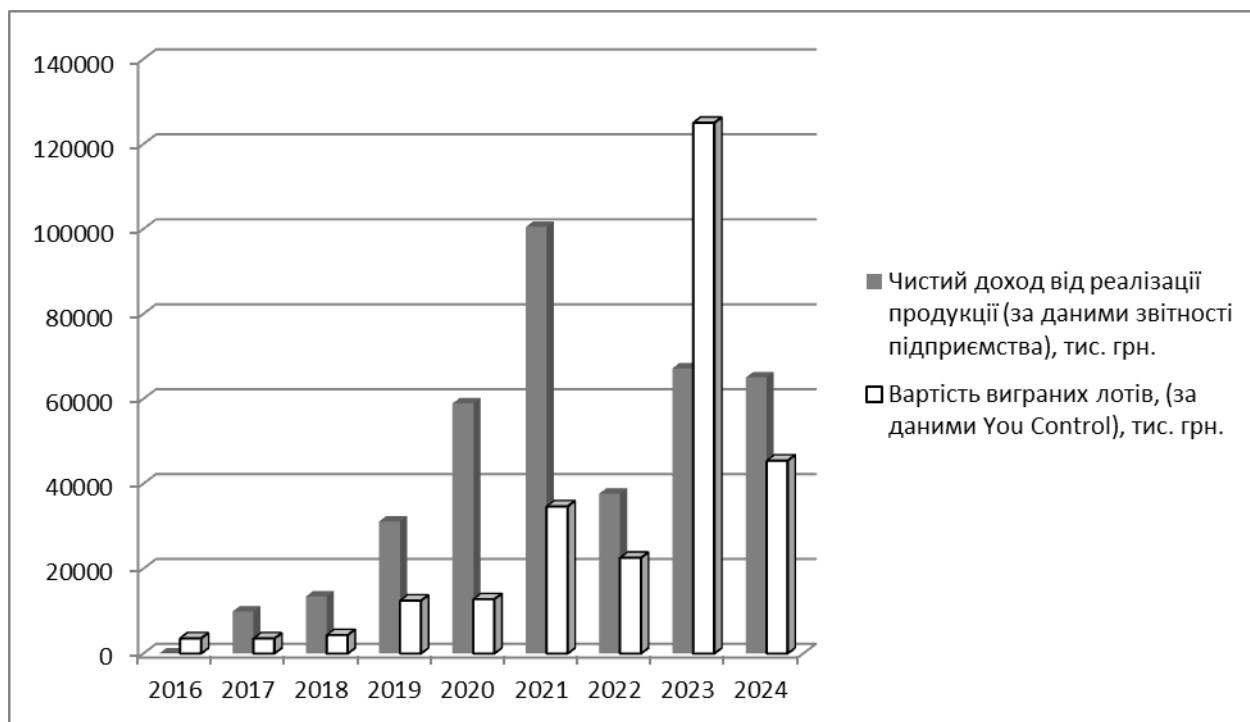
Джерело: сформовано автором на основі даних інформаційного сайту YouControl

Динаміка надходжень досліджуваного підприємства відображено у табл. 2.3.

Динаміка чистих доходів від реалізації досліджуваного підприємства та вартості виграних ним лотів на тендерних змаганнях відображено на рис. 2.1. А результати розрахунку ланцюгових темпів приросту чистих доходів від реалізації та вартості виграних лотів на тендерних змаганнях представлено на рис. 2.2.

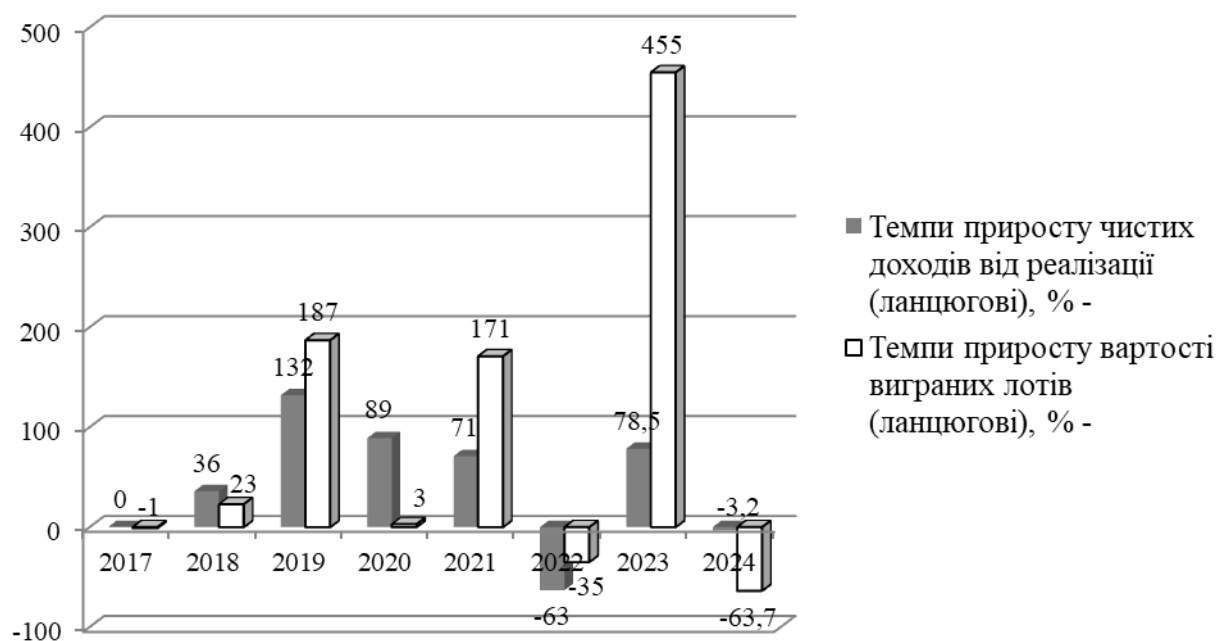
З представлених нижче рисунків видно, що найбільший ріст чистих доходів від реалізації продукції досліджуваного підприємства спостерігався у 2023 році, а найбільший спад припадав на 2022 рік.

Суттєвий спад надходжень у 2022 році, очевидно, спричинений початком війни у країні. І хоча надходження у 2023 році характеризувались суттєвим зростанням, фізичні об'єми виконання робіт суттєво скоротились.



**Рис. 2.1** Динаміка чистих доходів від реалізації та вартості виграних лотів на тендерних змаганнях

Джерело: сформовано автором на основі звітності підприємства та даних інформаційного сайту YouControl



**Рис. 2.2** Темпи приросту чистих доходів від реалізації та вартості виграних лотів на тендерних змаганнях

Організаційна структура управління досліджуваним підприємством відображена на рис.2.3.



**Рис. 2.3. Організаційна структура управління ТОВ «ТМГ»**

Директор управляє поточною діяльністю підприємства, а також особисто готує тендерну документацію. Загальні збори учасників Товариства є вищим органом управління підприємством. В Загальних зборах беруть участь усі учасники Товариства, у тому числі директор, але на правах дорадчого голосу.

## **2.2. Фінансово-економічна характеристика діяльності ТОВ «ТМГ»**

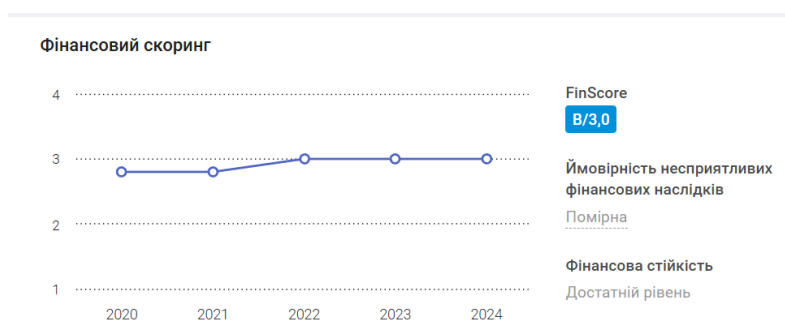
Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства у 2022-2024 роках проведено на основі даних форми №1-м «Баланс підприємства» та форми №2-м «Звіт про фінансові результати», а також на основі даних аналітичної бази даних YouControl.

Динаміка активів та пасивів ТОВ «ТМГ» у 2022-2024 роках представлена у додатках Б та В, відповідно. Сума балансу підприємства щороку збільшується (на 11,5% у 2023 році та на 7,2% у 2024 році).

Сума необоротних активів зменшується впродовж усього аналізованого періоду (у 2023 році – на 5,7% та у 2024 році на 19%). Сума оборотних активів у 2023 році зросла на 13,8%, але у 2024 році відбулось зменшення суми оборотних активів на 7,2% (Додаток Б).

Позитивним було зростання власного капіталу компанії у 2023 році на 24,3%, але у 2024 році відбулось зменшення на 3,1%. Сума довгострокових зобов'язань підприємства у 2023 році зросла на 25,4%, а у 2024 році меншилась на 495. Сума поточних зобов'язань мала аналогічну динаміку: у 2023 році зростання на 6,4% та у 2024 році зниження на 7,2% (Додаток В).

На рис. 2.4 представлено фінансовий скоринг досліджуваного підприємства, представлений на сайті YouControl.



**Рис. 2.4. Фінансовий скоринг діяльності ТОВ «ТМГ»**

*Джерело: дані аналітичної бази даних YouControl*

Скоринговий індекс фінансової стійкості компанії (FinScore) розрахований аналітичним відділом YouControl, що базується на 20 фінансових індикаторах, які комплексно показують стан ліквідності, платоспроможності, рентабельності та ділової активності компанії.

Ймовірність несприятливих фінансових наслідків досліджуваного підприємства є помірною, а рівень фінансової стійкості характеризується як достатній.

Результати розрахунку показників використання обігових коштів підприємства розміщено у табл. 2.4. Якщо у 2023 році спостерігалось покращення значень практично усіх показників, то у 2024 році значення більшості показників погіршалось. У 2024 році покращилось значення тільки коефіцієнт оборотності матеріальних запасів та оборотності дебіторської заборгованості.

Таблиця 2.4

## Показники використання обігових коштів ТОВ «ТМГ»

Показники	Роки			Напрямок позитивних змін
	2022	2023	2024	
Коефіцієнт оборотності активів	0,66	1,32	1,26	Збільшення
Тривалість одного обороту активів, днів	545,7	272,7	286,3	Зменшення
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	0,8	1,5	1,4	Збільшення
Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів	477,0	242,5	258,2	Зменшення
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	3,3	0,8	1,1	Збільшення
Тривалість одного обороту запасів, днів	107,8	450,0	329,7	Зменшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,2	2,5	2,6	Збільшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,9	1,9	1,8	Збільшення
Тривалість погашення дебіторської заборгованості, днів	296,1	141,6	137,3	Зменшення
Тривалість погашення кредиторської заборгованості, днів	421,2	192,5	202,2	Зменшення

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

Результати розрахунку показників ліквідності та фінансової стійкості у 2022-2024 роках відображено у табл. 2.6.

Результати розрахунків показали, що тільки коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) впродовж досліджуваного періоду відповідав нормативному значенню. А перевищення нормативного значення коефіцієнта швидкої ліквідності може вказувати на неефективність використання наявних у підприємства ресурсів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності не відповідав нормативним межам впродовж усього досліджуваного періоду.

Показники фінансової стійкості досліджуваної компанії у 2022-2024 роках характеризувались позитивною динамікою, але нормативних значень не досягли.

Таблиця 2.6

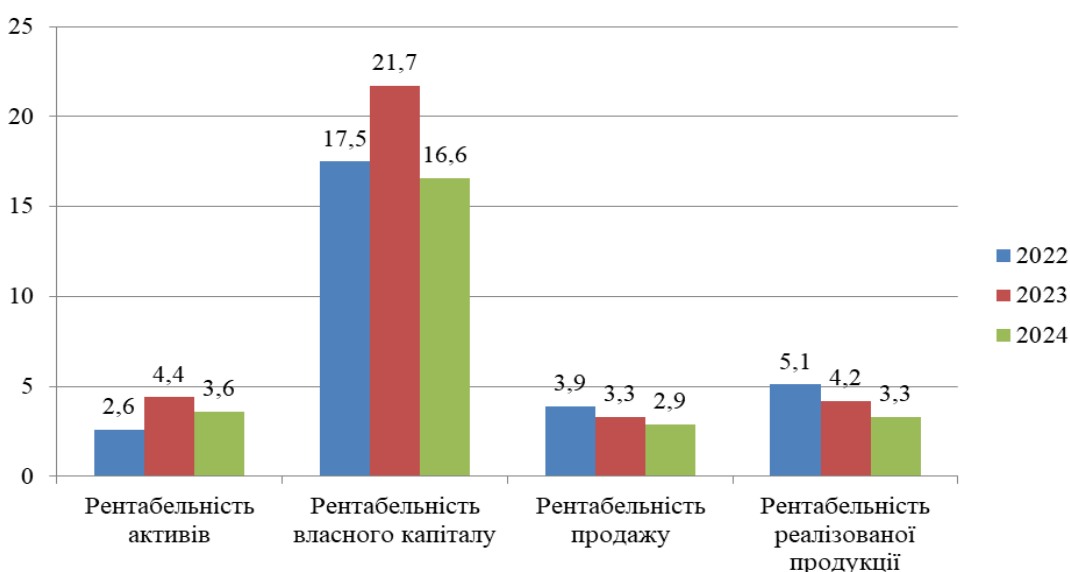
**Динаміка показників ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості ТОВ «ТМГ»**

Показники	Розрахунок показників по роках			Напрямок позитивних змін
	2022	2023	2024	
<b>Показники ліквідності (платоспроможності) підприємства</b>				
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	1,22	1,30	1,25	> 1 збільшення
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,22	1,30	1,25	0,6-0,8 збільшення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,12	0,17	0,10	0,2-0,35 збільшення
<b>Показники фінансової стійкості підприємства</b>				
Коефіцієнт платоспроможності (автономії або фінансової незалежності)	0,19	0,21	0,22	> 0,5
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	0,24	0,27	0,29	> 1 збільшення
Коефіцієнт фінансової залежності	4,21	3,67	3,46	< 1 зменшення
Власний оборотний капітал (робочий капітал), тис. грн.	7519,2	11136,7	9326,6	збільшення

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

Власний оборотний (робочий) капітал підприємства зріс у 2023 році і дощо зменшився у 2024 році.

Динаміка показників рентабельності представлена на рис. 2.5.



**Рис. 2.5. Динаміка показників рентабельності ТОВ «ТМГ»**

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

З рис. 2.5 видно, що якщо у 2023 році відбулось збільшення рентабельності активів та власного капіталу, то у 2024 році значення усіх показників рентабельності знизилось.

Результати розрахунку фінансово-економічних показників діяльності підприємства у 2022-2024 роках відображено у табл. 2.7.

**Таблиця 2.7**  
**Динаміка основних фінансово-економічних показників ТОВ «ТМГ»**

Показники	Одиниці виміру	Роки			Темпи приросту (ланцюгові), %	
		2022	2023	2024	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн.	37622,3	67157,9	64996,6	78,5	-3,2
Інші операційні доходи	тис. грн.	1407,0	4358,8	8,2	209,8	-99,8
Інші доходи	тис. грн.	0,0	14,40	0,8	-	-94,4
<b>Разом доходи</b>	<b>тис. грн.</b>	<b>39029,3</b>	<b>71531,1</b>	<b>65005,6</b>	<b>83,3</b>	<b>-9,1</b>
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	35297,6	65523,5	57079,9	85,6	-12,9
Інші операційні витрати	тис. грн.	1085,8	2267,8	5126,2	108,9	126,0
Інші витрати	тис. грн.	836,6	999,80	891,7	19,5	-10,8
<b>Разом витрати</b>	<b>тис. грн.</b>	<b>37220,0</b>	<b>68791,1</b>	<b>63097,8</b>	<b>84,8</b>	<b>-8,3</b>
Фінансові результати до оподаткування	тис. грн.	1809,3	2740	1907,8	51,4	-30,4
Податок на прибуток	тис. грн.	325,7	494,2	25,2	51,7	-94,9
Чистий прибуток/збиток	тис. грн.	1483,6	2245,8	1882,6	51,4	-16,2
Затрати на 1 грн. реалізованої продукції	грн./грн.	0,938	0,976	0,878	4,0	-10,0
Рентабельність реалізованої продукції	%	5,13	4,2%	3,34%	-18,4	-20,5
Наявність ОФ на початок року	тис. грн.	14045,4	14 045	15995,8	0,0	13,9
Наявність ОФ на кінець року, тис. грн.	тис. грн.	14045,4	15 996	16353,0	13,9	2,2
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	14045,4	15 021	16174,4	6,9	7,7
Знос ОФ	тис. грн.	8 349,90	10 605	12 510,9	27,0	18,0
Коефіцієнт зносу	-	0,594	0,663	0,765	11,5	15,4
Коефіцієнт придатності	-	0,406	0,337	0,235	-16,9	-30,3
Середньоспискова чисельність працівників	ос.	20	22	22	10,0	0,0
Обсяги реалізації на одного працюючого	тис. грн./ос.	1881,12	3052,63	2954,39	62,3	-3,2

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства.

У 2023 році більшість фінансово-економічних показників підприємства покращили своє значення, а у 2024 році їх значення здебільшого погіршались.

У 2023 році спостерігався ріст чистого доходу від реалізації продукції, чистого прибутку та збільшення обсягів реалізації на одного працюючого. Але негативним явищем було те, що зросли затрати на 1 гривню реалізованої продукції та зменшилась рентабельність реалізованої продукції.

У 2024 році негативним було те, що зменшився чистий дохід від реалізації продукції, чистий прибуток, обсяги реалізації на одного працюючого, а знос основних фондів збільшився. Але позитивним було те, що зменшились затрати на 1 гривню реалізованої продукції.

### **2.3. Аналіз маркетингового середовища ТОВ «ТМГ»**

Аналіз впливу факторів макросередовища проведено за допомогою PESTEL-аналізу [37, с. 96], в результаті якого проаналізовано вплив політичних (political), правових (legal), економічних (economic), соціально-культурних (social), технологічних (technological) та екологічних (ecological) факторів. Результати PESTEL-аналізу макросередовища функціонування досліджуваного підприємства представлено у табл. 2.8.

В результаті проведеного PESTEL-аналізу було встановлено такі основні загрози для підприємства:

**Дефіцит кадрів:** Мобілізаційні процеси та міграція створюють нестачу кваліфікованих операторів розмічувальних машин та дорожніх робітників;

**Бюджетне фінансування:** Залежність від видатків на «Державний дорожній фонд». У періоди дефіциту бюджету витрати на розмітку можуть скорочуватися на користь критичного ремонту.

**Вартість сировини:** Постачальники фарб та пластику залежать від курсу валют (імпортні компоненти), що впливає на маржинальність послуг.

**Рівень інфляції:** Прямо впливає на витрати на логістику та фонд оплати праці.

**PESTEL-аналіз впливу факторів макросередовища на діяльність ТОВ «ТМГ»**

PESTEL-фактори	Характеристика
<b>P (Political) L (Legal) – політико-правові</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Припинення імпорту білоруських матеріалів та обладнання для нанесення дорожньої розмітки, які були доступними по цінах.</li> <li>• У зв'язку із введенням військового стану неможливим є вихід на зовнішні ринки нанесення дорожньої розмітки, так як введена заборона на виїзд з країни чоловіків призовного віку.</li> <li>• У разі виходу на зовнішні ринку дорожньої розмітки є ризики, пов'язані з незнанням особливостей місцевого законодавства.</li> <li>• Загроза підвищення рівня податків може негативно вплинути на фінансову стійкість підприємства.</li> <li>• <b>Державна програма відновлення:</b> Пріоритетність відбудови логістичних шляхів, що постраждали внаслідок бойових дій.</li> <li>• <b>Інтеграція в ЄС:</b> Необхідність приведення дорожньої розмітки до стандартів Європейського Союзу (використання термопластиків замість звичайної фарби).</li> </ul>
<b>E (Economic) - економічні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зростання конкуренції</li> <li>• Зменшення державного фінансування на роботи з обслуговування транспортної інфраструктури в наслідок збільшення витрат на військові потреби.</li> <li>• Девальвація національної валюти є негативним явищем для налагодження імпорту матеріалів.</li> <li>• <b>Можливість залучення грантів:</b> Поява програм від Світового банку або ЄБРР на проекти підвищення безпеки дорожнього руху.</li> </ul>
<b>S (Social) - соціальні</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Притік робочої сили за рахунок внутрішньо переміщених осіб.</li> <li>• Відтік кваліфікованої робочої сили в результаті проведення мобілізації.</li> <li>• Наймання на роботу чоловіків з інших країн, наприклад з Молдавії.</li> </ul>
<b>T (Technological) - технологічні</b>	<p>Постійне удосконалення техніки для нанесення дорожньої розмітки. Особливо популярними є виробники такої техніки в Італії, Туреччині, США тощо.</p> <p><b>Інноваційні матеріали:</b> Перехід від фарби до холодного та гарячого пластику (термін служби 3–5 років замість 6 місяців).</p> <p><b>Автоматизація процесів:</b> Використання машин з лазерним наведенням та безпілотних систем для нанесення маркування.</p> <p><b>Смарт-інфраструктура:</b> Підготовка доріг до автономного водіння (необхідність надвисокої контрастності ліній для зчитування датчиками машин).</p> <p><b>Цифровізація обліку:</b> Впровадження систем контролю якості (контроль товщини шару та світлоповертання в режимі реального часу).</p>
<b>E (Ecological) - екологічні</b>	<p>У підприємства є в наявності: Сертифікат на систему управління якістю. Сертифікат на систему екологічного управління. Сертифікат на систему управління охороною здоров'я та безпекою праці. Це може бути перевагою при виході на зовнішні ринки дорожньої розмітки. В кожній країні є свої стандарти щодо виконання робіт з нанесення дорожньої розмітки, у тому числі з огляду їх впливу на навколишнє середовище, що вимагає їх попереднього вивчення.</p>

Результати аналізу складових мікросередовища ТОВ «ТМГ» представлено у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

## Характеристика складових мікросередовища функціонування ТОВ «ТМГ»

Фактори	Характеристика
Споживачі	<p><b>Державні установи (основні):</b> Служби автомобільних доріг та органи місцевого самоврядування.</p> <p><b>Приватні компанії:</b> АТБ, Сільпо, Метро, Ашан, King Cross, Forum Lviv, McDonald's, Avalon, Прогрестехбуд, Ауді, ONUR GROUP, UPG, Окко, Сокар тощо.</p>
Конкуренти	Компанія ТОВ «Колор С.І.М.», ТОВ «БПГ», ТОВ «Горизонталь-77», ТОВ «Київбудлогістика», ТОВ «Фоксроад».
Постачальники	<p><b>Пластик, фарба, затверджувач:</b>  <u><b>Прямі закупівлі:</b></u> ТОВ «Поліфарб Україна» (м. Дніпро), компанія "Колор С.І.М." ТМ "Сигнакул" (м. Рівне).  <u><b>Через ТОВ «ЗІО-СПОРТ»:</b></u> ТОВ «Поліфарб Україна» (м. Дніпро).  <u><b>Через ТОВ «БФ Кепітал»:</b></u> лакофарбовий завод «Аврора» ТМ Helios ТОВ «ХЕЛІОС УКРАЇНА) (м. Черкаси) та білоруська компанія «СТіМ» до лютого 2022 року.</p> <p><b>Склокульки:</b>  <u><b>Через ТОВ «БФ Кепітал»:</b></u> склокульки польських та швейцарських виробників, а також білоруська компанія «СТіМ» (до лютого 2022 року).</p> <p><b>Техніка для нанесення дорожньої розмітки:</b>  <b>Нова:</b> білоруська компанія «СТіМ» (до 2022 року) через лізингову компанію ТОВ "ТАД Констракшн Груп".  <b>Вживана:</b> техніка італійського, американського та турецького виробництва через ТОВ «Спецтехніка-Україна».</p>
Посередники	Підприємство надає послуги розмітки без посередників. Укладає безпосередні контракти з замовниками в результаті перемоги на тендерних змаганнях. Для участі у тендерних змаганнях підприємство використовує майданчик Zakupki.prom.ua - офіційний майданчик державних публічних закупівель ProZorro.
Контактні аудиторії	<p><b>Банківські установи,</b> в яких підприємство має рахунки та бере кредити.</p> <p><b>Державне підприємство</b> «Державний дорожній науково-дослідний інститут імені М.П. Шульгіна», яке займається визначенням фізико-механічних характеристик та контролем якості матеріалів для нанесення дорожньої розмітки.</p> <p>Контролюючі органи.</p> <p><b>Засоби масової інформації</b> (наприклад, сайт «Наші гроші», де з'являються статті про результати участі підприємства у тендерних змаганнях та виконання укладених угод).</p> <p>Працівники підприємства, від ступеня мотивації яких залежить можливість підприємства досягати поставлені цілі.</p>

Велику загрозу для підприємства створює зростаюча конкуренція. Зростає кількість учасників на тендерних змаганнях, частина з яких має можливість

встановлювати нижчі ціни, оскільки є виробниками маркувальних матеріалів (наприклад, ТОВ «Колор С.І.М.»).

До лютого 2022 року досліджуване підприємство використовували білоруські матеріали, які закупляла за дистриб'ютерськими цінами, що були нижчими від цін українських постачальників. У зв'язку з цим доцільно розглянути можливість налагодження імпорту маркувальних матеріалів для задоволення як власних потреб так і інших підприємств, що здійснюють розмітку доріг.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ДЛЯ ТОВ «ТРАФІК МЕНЕДЖМЕНТ ГРУП»

#### 3.1. Аналіз світового експорту матеріалів для нанесення дорожньої розмітки

Для забезпечення стабільної роботи та високої якості послуг ТОВ «Трафік менеджмент груп» важливо мати диверсифіковану базу постачальників матеріалів, яка охоплює як вітчизняних, так і іноземних виробників. Крім того, підприємство, налагодивши прямі поставки матеріалів закордонного виробництва, може задовільняти за рахунок імпорту як потреби власного підприємства, так і стати постачальником матеріалів для нанесення дорожньої розмітки для інших аналогічних підприємств.

Для пошуку потенційних іноземних постачальників матеріалів доцільно провести аналіз основних експортерів зазначених матеріалів у світі на основі статистичних даних сайту Trade Map. Коди товарів, за якими здійснено аналіз, зазначено у табл. 3.1.

**Таблиця 3.1**

**Коди УКТЗЕД досліджуваної продукції та коди товарів, по яких здійснено аналіз на Trade Map**

<b>Матеріали для дорожньої розмітки</b>	<b>Коди УКТЗЕД</b>	<b>Trade Map</b>
Пластик холодного нанесення	3210009000	321000 (Paints and varnishes)
Фарба для дорожньої розмітки	3208209090	
Затверджувач	3815909090	381590 (Reaction initiators, reaction accelerators and catalytic preparations)
Склокульки	7018200000	701820 (Glass microspheres <= 1 mm in diameter)

### 3.1.1. Аналіз основних експортерів фарб для дорожньої розмітки

Обсяги експорту фарби у світі у розрізі країн в динаміці відображено у табл. 3.2 (на основі даних Trade Map). Географічна структура світового експорту зазначеної продукції подано у табл. 3.3. У таблицях 3.2-3.4 представлено дані по країнах, частка яких у світовому експорті фарб становить більше 0,5% (25 країн). Дані по країнах, частка яких у світовому експорті є меншою згруповані в категорію «Інші».

**Таблиця 3.2**

**Динаміка обсягів експорту фарб для нанесення дорожньої розмітки за кодом товару 321000, тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

Експортери	2020	2021	2022	2023	2024
World	661783	797234	832199	844839	864034
Germany	118135	159071	147774	136111	130853
United States of America	57676	61102	76609	74812	68596
Netherlands	25474	27595	57530	73730	58128
Italy	52194	61280	55535	58593	57786
Viet Nam	5893	19662	34574	39423	50873
China	19229	24045	21175	30274	41239
Switzerland	36865	37288	36366	36518	39269
Taipei, Chinese	45587	50805	37425	35396	39185
United Kingdom	18414	24169	26687	28317	36328
Japan	18888	32900	33842	35686	35214
Belgium	14383	25023	33610	28117	30652
Korea, Republic of	36605	37678	27635	26933	30086
Poland	15753	22580	23682	25338	26219
France	11565	12446	13379	14692	25968
Türkiye	17460	19350	26436	21872	24052
Sweden	22367	26731	26145	23528	23838
United Arab Emirates	15599	25041	25409	25331	23445
Spain	20544	15576	14920	14235	17404
Singapore	19212	24574	15482	15525	11782
Denmark	3334	3587	10525	10936	8891
Finland	6142	6637	5569	5682	5625
Thailand	4019	3963	3938	3742	5232
Hong Kong, China	4356	2996	2969	5187	5065
Malaysia	4549	5291	4702	4376	4554
Canada	2378	1247	2612	3456	4327
<b>Інші</b>	65061	66597	67669	67029	59423

Джерело: статистичні дані TradeMap

Таблиця 3.3

**Географічна структура експорту фарб у світі за кодом товару 321000, %**

(за даними сайту Trade Map)

<b>Експортери</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>World</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Germany	17,9	20,0	17,8	16,1	15,1
United States of America	8,7	7,7	9,2	8,9	7,9
Netherlands	3,8	3,5	6,9	8,7	6,7
Italy	7,9	7,7	6,7	6,9	6,7
Viet Nam	0,9	2,5	4,2	4,7	5,9
China	2,9	3,0	2,5	3,6	4,8
Switzerland	5,6	4,7	4,4	4,3	4,5
Taipei, Chinese	6,9	6,4	4,5	4,2	4,5
United Kingdom	2,8	3,0	3,2	3,4	4,2
Japan	2,9	4,1	4,1	4,2	4,1
Belgium	2,2	3,1	4,0	3,3	3,5
Korea, Republic of	5,5	4,7	3,3	3,2	3,5
Poland	2,4	2,8	2,8	3,0	3,0
France	1,7	1,6	1,6	1,7	3,0
Türkiye	2,6	2,4	3,2	2,6	2,8
Sweden	3,4	3,4	3,1	2,8	2,8
United Arab Emirates	2,4	3,1	3,1	3,0	2,7
Spain	3,1	2,0	1,8	1,7	2,0
Singapore	2,9	3,1	1,9	1,8	1,4
Denmark	0,5	0,4	1,3	1,3	1,0
Finland	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7
Thailand	0,6	0,5	0,5	0,4	0,6
Hong Kong, China	0,7	0,4	0,4	0,6	0,6
Malaysia	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5
Canada	0,4	0,2	0,3	0,4	0,5
<b>Інші</b>	<b>9,8</b>	<b>8,4</b>	<b>8,1</b>	<b>7,9</b>	<b>6,9</b>

У 2024 році 51,7% усього світового експорту фарби забезпечувало 7 країн (Німеччина, США, Нідерланди, Італія, В'єтнам, Китай та Швейцарія). Але найбільшим експортером фарб у світі впродовж останніх 5 років залишається Німеччина (15,1% світового експорту фарб у 2024 році).

З табл. 3.4 видно, що загальносвітові обсяги експорту фарби щороку зростають, але останні роки повільнішими темпами, ніж у 2021 році.

Таблиця 3.4

## Динаміка темпів приросту експорту фарб у світі за кодом товару 321000, %

(за даними сайту Trade Map)

Експортери	2021	2022	2023	2024
<b>World</b>	20,5	4,4	1,5	2,3
Germany	34,7	-7,1	-7,9	-3,9
United States of America	5,9	25,4	-2,3	-8,3
Netherlands	8,3	108,5	28,2	-21,2
Italy	17,4	-9,4	5,5	-1,4
Viet Nam	233,7	75,8	14,0	29,0
China	25,0	-11,9	43,0	36,2
Switzerland	1,1	-2,5	0,4	7,5
Taipei, Chinese	11,4	-26,3	-5,4	10,7
United Kingdom	31,3	10,4	6,1	28,3
Japan	74,2	2,9	5,4	-1,3
Belgium	74,0	34,3	-16,3	9,0
Korea, Republic of	2,9	-26,7	-2,5	11,7
Poland	43,3	4,9	7,0	3,5
France	7,6	7,5	9,8	76,7
Türkiye	10,8	36,6	-17,3	10,0
Sweden	19,5	-2,2	-10,0	1,3
United Arab Emirates	60,5	1,5	-0,3	-7,4
Spain	-24,2	-4,2	-4,6	22,3
Singapore	27,9	-37,0	0,3	-24,1
Denmark	7,6	193,4	3,9	-18,7
Finland	8,1	-16,1	2,0	-1,0
Thailand	-1,4	-0,6	-5,0	39,8
Hong Kong, China	-31,2	-0,9	74,7	-2,4
Malaysia	16,3	-11,1	-6,9	4,1
Canada	-47,6	109,5	32,3	25,2
<b>Інші</b>	2,4	1,6	-0,9	-11,3

Зростання обсягів експорту фарби у 2024 році спостерігалось по таких країнах: В'єтнам, Китай, Швейцарія, Великобританія, Бельгія, республіка Корея, Польща, Франція, Туреччина, Швеція, Іспанія, Тайланд, Малайзія, Канада тощо. Найбільший приріст обсягів експорту у 2024 році спостерігався по Франції (76,7%).

### 3.1.2. Аналіз основних експортерів затверджувачів

У табл. 3.5 представлена динаміка світових обсягів експорту затверджувачів. У табл. 3.5 – 3.7 представлено дані по країнах, частка яких у світовому експорті затверджувачів становить більше 0,5% (26 країн). Дані по країнах, частка яких у світовому експорті є меншою згруповані в категорію «Інші».

**Таблиця 3.5**

**Динаміка світових обсягів експорту затверджувачів за кодом товару 381590,  
тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>World</b>	3628957	4201103	4407026	4593446	4650991
United States of America	715039	785012	1013019	1079790	1173093
Germany	763502	974095	877886	1050154	1057006
Japan	225389	378166	349638	260884	343673
China	174368	219201	262274	269396	280789
Netherlands	276395	277872	295346	299689	255492
United Kingdom	188003	164008	161744	190148	220685
Belgium	116374	125452	152208	142047	126381
Denmark	100230	91727	81371	93768	124380
Italy	95298	125264	137948	110566	107691
India	59198	75262	92087	99419	106709
Saudi Arabia	133374	181470	215034	148994	96198
Sweden	54154	61718	65777	64692	73402
Canada	37589	60015	63598	53159	65460
Korea, Republic of	32983	43102	61712	41523	54821
France	84464	55199	42954	46348	54758
Switzerland	27118	37298	44999	39106	47677
Russian Federation	2343	6867	55527	75274	43528
United Arab Emirates	10376	5238	12262	92653	39428
Austria	38035	40930	32418	31030	34834
Singapore	24892	34958	38625	34262	30669
Spain	49276	60316	36756	84051	27759
Brazil	23848	15551	30149	27664	27744
Malaysia	7716	6952	4779	13701	25897
Australia	2899	4761	3856	9442	25641
Finland	22847	28402	29825	23214	24572
Taipei, Chinese	29409	40493	36842	33787	24453
<b>Інші</b>	333831	301774	208392	178685	158251

У 2024 році 47,9% усього світового обсягу експорту затверджувачів припадало на дві країни: США та Німеччина. Продовж останніх 5 років ці дві країни залишаються яскравими лідерами на ринку експорту затверджувачів.

Таблиця 3.6

### Географічна структура експорту затверджувачів у світі за кодом товару

381590, % (за даними сайту Trade Map)

Експортери	2020	2021	2022	2023	2024
<b>World</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
United States of America	19,7	18,7	23,0	23,5	25,2
Germany	21,0	23,2	19,9	22,9	22,7
Japan	6,2	9,0	7,9	5,7	7,4
China	4,8	5,2	6,0	5,9	6,0
Netherlands	7,6	6,6	6,7	6,5	5,5
United Kingdom	5,2	3,9	3,7	4,1	4,7
Belgium	3,2	3,0	3,5	3,1	2,7
Denmark	2,8	2,2	1,8	2,0	2,7
Italy	2,6	3,0	3,1	2,4	2,3
India	1,6	1,8	2,1	2,2	2,3
Saudi Arabia	3,7	4,3	4,9	3,2	2,1
Sweden	1,5	1,5	1,5	1,4	1,6
Canada	1,0	1,4	1,4	1,2	1,4
Korea, Republic of	0,9	1,0	1,4	0,9	1,2
France	2,3	1,3	1,0	1,0	1,2
Switzerland	0,7	0,9	1,0	0,9	1,0
Russian Federation	0,1	0,2	1,3	1,6	0,9
United Arab Emirates	0,3	0,1	0,3	2,0	0,8
Austria	1,0	1,0	0,7	0,7	0,7
Singapore	0,7	0,8	0,9	0,7	0,7
Spain	1,4	1,4	0,8	1,8	0,6
Brazil	0,7	0,4	0,7	0,6	0,6
Malaysia	0,2	0,2	0,1	0,3	0,6
Australia	0,1	0,1	0,1	0,2	0,6
Finland	0,6	0,7	0,7	0,5	0,5
Taipei, Chinese	0,8	1,0	0,8	0,7	0,5
<b>Інші</b>	<b>9,2</b>	<b>7,2</b>	<b>4,7</b>	<b>3,9</b>	<b>3,4</b>

У продовж уього досліджуваного періоду темпи приросту експорту затверджувачів у світі щороку зростають, але спадаючими темпами (з 15,8% у 2021 році до 1,3% у 2024 році). у 2019 році припадали на Сінгапур, Італію, Китай.

Таблиця 3.7

**Динаміка темпів приросту експорту затверджувачів у світі за кодом товару**

**381590, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>World</b>	15,8	4,9	4,2	1,3
United States of America	9,8	29,0	6,6	8,6
Germany	27,6	-9,9	19,6	0,7
Japan	67,8	-7,5	-25,4	31,7
China	25,7	19,7	2,7	4,2
Netherlands	0,5	6,3	1,5	-14,7
United Kingdom	-12,8	-1,4	17,6	16,1
Belgium	7,8	21,3	-6,7	-11,0
Denmark	-8,5	-11,3	15,2	32,6
Italy	31,4	10,1	-19,8	-2,6
India	27,1	22,4	8,0	7,3
Saudi Arabia	36,1	18,5	-30,7	-35,4
Sweden	14,0	6,6	-1,6	13,5
Canada	59,7	6,0	-16,4	23,1
Korea, Republic of	30,7	43,2	-32,7	32,0
France	-34,6	-22,2	7,9	18,1
Switzerland	37,5	20,6	-13,1	21,9
Russian Federation	193,1	708,6	35,6	-42,2
United Arab Emirates	-49,5	134,1	655,6	-57,4
Austria	7,6	-20,8	-4,3	12,3
Singapore	40,4	10,5	-11,3	-10,5
Spain	22,4	-39,1	128,7	-67,0
Brazil	-34,8	93,9	-8,2	0,3
Malaysia	-9,9	-31,3	186,7	89,0
Australia	64,2	-19,0	144,9	171,6
Finland	24,3	5,0	-22,2	5,8
Taipei, Chinese	37,7	-9,0	-8,3	-27,6
Інші	-9,6	-30,9	-14,3	-11,4

Обсяги експорту затверджувачів у 2024 році зростали по таких країнах як: США, Німеччина, Японія, Китай, Великобританія, Данія, Індія, Швіція, Швеція, Республіка Корея, Франція, Швейцарія, Австрія, Бразилія, Малайзія, Австралія, Фінляндія тощо.

### 3.1.3. Аналіз основних експортерів склокульок

Динаміка світових обсягів експорту склокульок у розрізі країн представлена у табл. 3.8. Географічна структура світового експорту зазначеної продукції подано у табл. 3.9. У таблицях 3.8-3.10 представлено дані по країнах, частка яких у світовому експорті фарб становить більше 0,6% (19 країн). Дані по країнах, частка яких у світовому експорті є меншою згруповані в категорію «Інші».

**Таблиця 3.8**

**Динаміка обсягів експорту склокульок у світі за кодом товару 701820,  
тис. дол. США (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>World</b>	278665	401003	369420	460819	385183
China	87807	169710	122779	199732	131594
France	45979	55385	54648	73113	53311
United States of America	24172	37346	46963	40209	48353
Germany	18536	20959	24819	26072	27706
Belgium	11207	13394	15707	15822	14815
Russian Federation	10978	15350	15547	12107	11453
Australia	10338	12203	10496	9929	11292
United Kingdom	9970	10876	10705	10621	10143
Greece	7	13	3	2012	9431
Spain	6764	8456	9492	8163	8982
Malaysia	5384	6807	6343	7271	8501
Japan	6189	6684	4536	4533	5824
Poland	5081	6072	5885	7118	5756
United Arab Emirates	3841	2099	2861	5129	5118
Singapore	4419	4709	6832	6284	4985
Netherlands	2417	2663	2803	3002	3450
Brazil	111	286	1980	3115	2867
Belarus	2262	2816	3410	2187	2753
Canada	3092	3467	3929	3663	2380
<b>Інші</b>	20106	21708	19682	20737	16469

Впродовж багатьох останніх років світовим лідером серед експортерів склокульок залишається Китай (34,2%). До лідерів цього ринку можна також віднести Францію (13,8%) та США (12,6%).

Таблиця 3.9

**Географічна структура експорту склокульок у світі  
за кодом товару 701820, % (за даними сайту Trade Map)**

<b>Експортери</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>World</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
China	31,5	42,3	33,2	43,3	34,2
France	16,5	13,8	14,8	15,9	13,8
United States of America	8,7	9,3	12,7	8,7	12,6
Germany	6,7	5,2	6,7	5,7	7,2
Belgium	4,0	3,3	4,3	3,4	3,8
Russian Federation	3,9	3,8	4,2	2,6	3,0
Australia	3,7	3,0	2,8	2,2	2,9
United Kingdom	3,6	2,7	2,9	2,3	2,6
Greece	0,0	0,0	0,0	0,4	2,4
Spain	2,4	2,1	2,6	1,8	2,3
Malaysia	1,9	1,7	1,7	1,6	2,2
Japan	2,2	1,7	1,2	1,0	1,5
Poland	1,8	1,5	1,6	1,5	1,5
United Arab Emirates	1,4	0,5	0,8	1,1	1,3
Singapore	1,6	1,2	1,8	1,4	1,3
Netherlands	0,9	0,7	0,8	0,7	0,9
Brazil	0,0	0,1	0,5	0,7	0,7
Belarus	0,8	0,7	0,9	0,5	0,7
Canada	1,1	0,9	1,1	0,8	0,6
<b>Інші</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

З табл. 3.10 бачимо, що темпи приросту світових обсягів експорту склокульок мають досить широку амплітуду коливань. Якщо у 2021 році спостерігалось зростання обсягів експорту склокульок у світі на 43,9%, то у 2024 році спостерігався спад на 16,4%.

Таблиця 3.10

Динаміка темпів приросту експорту склокульок у світі за кодом товару  
701820, % (за даними сайту Trade Map)

Експортери	2021	2022	2023	2024
<b>World</b>	43,9	-7,9	24,7	-16,4
China	93,3	-27,7	62,7	-34,1
France	20,5	-1,3	33,8	-27,1
United States of America	54,5	25,8	-14,4	20,3
Germany	13,1	18,4	5,0	6,3
Belgium	19,5	17,3	0,7	-6,4
Russian Federation	39,8	1,3	-22,1	-5,4
Australia	18,0	-14,0	-5,4	13,7
United Kingdom	9,1	-1,6	-0,8	-4,5
Greece	85,7	-76,9	66966,7	368,7
Spain	25,0	12,3	-14,0	10,0
Malaysia	26,4	-6,8	14,6	16,9
Japan	8,0	-32,1	-0,1	28,5
Poland	19,5	-3,1	21,0	-19,1
United Arab Emirates	-45,4	36,3	79,3	-0,2
Singapore	6,6	45,1	-8,0	-20,7
Netherlands	10,2	5,3	7,1	14,9
Brazil	157,7	592,3	57,3	-8,0
Belarus	24,5	21,1	-35,9	25,9
Canada	12,1	13,3	-6,8	-35,0
<b>Інші</b>	8,0	-9,3	5,4	-20,6

У 2024 році обсяги експорту склокульок зросли по таких країнах як: США, Німеччина, Австралія, Греція, Іспанія, Малайзія, Японія, Нідерланди тощо.

### 3.2. Розробка маркетингових рекомендацій для ТОВ «ТМГ»

#### 1. Аналіз позиціонування та УТП

Щоб виділитися серед конкурентів, компанія має транслювати не просто «фарбування асфальту», а **безпеку та довговічність**.

- **Унікальна торгова пропозиція (УТП):** Акцент на використанні сучасних матеріалів (холодний пластик, термопластик з високим коефіцієнтом світлоповертання).
- **Гарантійний сервіс:** Чіткі терміни зносостійкості.

- **Технологічність:** Використання німецького або американського обладнання (якщо є), що забезпечує ідеальну геометрію ліній.

## 2. Робота в сегментах B2G та B2B

Маркетинг у цій сфері працює на двох рівнях:

Державний сектор (B2G)

- **Моніторинг Prozorro:** Налаштування професійних фільтрів для миттєвого реагування на тендери.
- **GR (Government Relations):** Участь у профільних конференціях та круглих столах з питань безпеки дорожнього руху.
- **Підготовка Case Studies:** Оформлення портфоліо реалізованих об'єктів (траси державного значення, розв'язки) як доказ надійності.

Приватний сектор (B2B)

- **Цільова аудиторія:** Логістичні центри, великі ТРЦ (паркінги), житлові комплекси, заводи.
- **Прямі продажі:** Розробка комерційних пропозицій для забудовників та керуючих компаній.
- **Розширена послуга:** Пропонуйте комплекс (розмітка + встановлення дорожніх знаків + лежачі поліцейські).

## 3. Цифровий маркетинг (Digital)

Навіть у консервативних нішах клієнти шукають підрядників через Google.

- **Сайт-вітрина:** Має містити розділ «Технології» та «Наші об'єкти» з реальними фото.
- **SEO-оптимізація:** Просування за запитами: *«нанесення дорожньої розмітки ціна», «розмітка паркінгів Київ», «холодний пластик дорожня розмітка».*
- **Google Maps:** Реєстрація бізнесу. Коли шукають локального підрядника, профіль у Google My Business з відгуками підвищує довіру.

## 4. Карта стратегічних кроків

Таблиця 3.11

## Карта стратегічних кроків

Напрямок	Дія	Очікуваний результат
Репутація	Збір відгуків від ОТГ та автодорів	Підвищення шансів у майбутніх тендерах
Експертність	Ведення блогу про стандарти ДСТУ	Позиціонування як лідера галузі
Продажі	Пропозиція «Оновлення розмітки» для існуючих ТРЦ	Створення бази постійних клієнтів
Візуал	Брендування спецтехніки та форми працівників	«Безкоштовна» реклама під час виконання робіт

## 5. Додаткові точки росту

- **Екологічність:** При використанні фарб на водній основі або матеріалів з меншим вмістом розчинників, обов'язково підкреслювати це для європейських грантів або еко-свідомих замовників.
- **Інновації:** Розглянути можливість впровадження розмітки, що світиться вночі (люмінесцентна), для приватних замовників або закритих територій.

Для забезпечення стабільної роботи та високої якості послуг ТОВ «Графік менеджмент груп» важливо мати диверсифіковану базу постачальників, яка охоплює як вітчизняних виробників, так і дистриб'юторів європейських матеріалів.

Ось перелік потенційних постачальників, розподілених за категоріями:

### 1. Провідні українські виробники (B2B/Гуртові закупівлі)

Ці компанії пропонують найбільш вигідні ціни для великих обсягів робіт:

- **ТОВ «ВП «ПОЛІСАН» (TM Farbex):** Один з найбільших виробників в Україні. Пропонують спеціалізовані акрилові фарби для доріг зі швидким часом висихання.

- **ТОВ «ТОРхім» (ТОРНІМ):** Спеціалізуються на фарбах АК-11 та пропонують **холодний пластик**, який зараз є стандартом для пішохідних переходів та зон з високим навантаженням.

- **Київський лакофарбовий завод (КЛФЗ):** Традиційний постачальник фарб АК-501 та інших емалей для дорожньої розмітки, що відповідають ДСТУ.

- **ТОВ «Лакма»:** Пропонують широкий асортимент дорожніх емалей та ґрунтовок.

- **Bionic-House:** Виробляють фарбу АК-505, яка має сертифікати відповідності для використання на дорогах загального користування.

## 2. Матеріали та спецобладнання (Комплексні рішення)

Компанії, що постачають не лише фарбу, а й склокульки (для світлоповертання) та техніку:

- **ТОВ «Сервіс Знак»:** Офіційний дистриб'ютор французької *Ampere System*. Постачають професійну фарбу-спрей, обладнання для маркування та захисні рішення.

- **ТОВ «Дорожні знаки» (Львів):** Крім знаків, займаються постачанням термопластиків та холодного пластику європейського зразка, а також готових форм для маркування.

- **Альянс ЛКМ:** Відомі постачальники рідкого пластику (АК-107М) та світлоповертальних елементів.

## 3. Міжнародні бренди та преміум-сегмент

Якщо компанія планує брати участь у тендерах на траси міжнародного значення (М-категорія):

- **Kansai Helios (Словенія/Австрія):** Пропонують інноваційні системи розмітки з надзвичайно високою зносостійкістю.

- **Geveko Markings:** Світовий лідер у виробництві **преформованого термопластику** (готові символи, стрілки, які просто вплавляються в асфальт).

- **LuminoKrom:** Якщо ви плануєте впроваджувати інновації — це постачальник фотолюмінесцентної фарби, що світиться в темряві.

#### **4. Допоміжні матеріали**

- **Скляні мікросфери (склокульки):** Необхідні для забезпечення видимості розмітки вночі. Основними постачальниками є зазвичай великі хімічні дистриб'ютори або безпосередньо виробники фарби (як додаток до замовлення).

Рекомендація щодо вибору постачальників матеріалів для нанесення дорожньої розмітки:

1. **Для участі у тендерних змаганнях на платформі Prozorro:** Краще обрати великих українських виробників (Полісан, ТОРхім), оскільки вони надають повний пакет сертифікатів відповідності ДСТУ 2587:2021.

2. **Для приватних паркінгів/складів:** Краще використовувати зносостійкий холодний пластик або епоксидні фарби від спеціалізованих брендів (наприклад, Сервіс Знак).

## ВИСНОКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У першому розділі магістерської роботи представлена характеристика існуючих матеріалів для нанесення дорожньої розмітки, а також представлено інформаційні ресурси для дослідження ринку дорожньої розмітки.

Об'єктом дослідження магістерської роботи є діяльність підприємства, основним видом діяльності якого є надання послуг з нанесення дорожньої розмітки (ТОВ «Трафік менеджмент груп»). Крім того, підприємство надає послуги з встановлення дорожніх знаків, світлофорів, бар'єрного огороження.

Основними споживачами підприємства є державні підприємства (служби автомобільних доріг, комунальні служби та органи місцевого самоврядування). Тому основні замовлення підприємство отримує в наслідок перемог на тендерних змаганнях. З кінця 2016 року по жовтень 2025 року підприємство брало участь у 1051 тендорному змаганні, 65% з яких були переможними.

Найбільший ріст чистих доходів від реалізації продукції досліджуваного підприємства спостерігався у 2023 році, а найбільший спад припадав на 2022 рік, що, очевидно, спричинено початком військових дій в країні. І хоча надходження у 2023 році характеризувались суттєвим зростанням, фізичні об'єми виконання робіт суттєво скоротились.

В результаті фінансово-економічного аналізу було встановлено, що у 2023 році більшість фінансово-економічних показників підприємства покращили своє значення, а у 2024 році їх значення здебільшого погіршались.

За даними YouControl ймовірність несприятливих фінансових наслідків досліджуваного підприємства є помірною, а рівень фінансової стійкості характеризується як достатній.

Аналіз впливу факторів макросередовища проведено за допомогою PESTEL-аналізу.

В результаті проведеного PESTEL-аналізу було встановлено такі основні загрози для підприємства: **дефіцит кадрів** (мобілізаційні процеси та міграція створюють нестачу кваліфікованих операторів розмічувальних машин та

дорожніх робітників); **скорочення бюджетного фінансування** (залежність від видатків на «Державний дорожній фонд». У періоди дефіциту бюджету витрати на розмітку можуть скорочуватися на користь критичного ремонту та збільшення витрат на військові потреби); **зростання вартості маркувальних матеріалів** (постачальники фарб та пластику залежать від курсу валют (імпортні компоненти), що впливає на маржинальність послуг).

В роботі також проаналізовано складові мікросередовища досліджуваного підприємства. Велику загрозу для підприємства створює зростаюча конкуренція. Зростає кількість учасників на тендерних змаганнях, частина з яких має можливість встановлювати нижчі ціни, оскільки є виробниками маркувальних матеріалів (наприклад, ТОВ «Колор С.І.М.»).

До лютого 2022 року досліджуване підприємство використовували білоруські матеріали, які закупляла за дистриб'ютерськими цінами, що були нижчими від цін українських постачальників. У зв'язку з цим доцільно розглянути можливість налагодження імпорту маркувальних матеріалів для задоволення як власних потреб так і інших підприємств, що здійснюють розмітку доріг.

Для пошуку потенційних іноземних постачальників матеріалів проведено аналіз основних експортерів зазначених матеріалів у світі на основі статистичних даних сайту Trade Map.

В результаті проведених досліджень було встановлено, що 51,7% усього світового експорту фарби забезпечувало 7 країн (Німеччина, США, Нідерланди, Італія, В'єтнам, Китай та Швейцарія). Але найбільшим експортером фарб у світі впродовж останніх 5 років залишається Німеччина.

47,9% усього світового обсягу експорту затверджувачів припадало на дві країни: США та Німеччина. Впродовж останніх 5 років ці дві країни залишаються явними лідерами на ринку експорту затверджувачів.

Впродовж багатьох останніх років світовим лідером серед експортерів склокульок залишається Китай (34,2%). До лідерів цього ринку можна також віднести Францію (13,8%) та США (12,6%).

В роботі також розроблені маркетингові рекомендації для ТОВ «ТМГ»:

- робити акцент на використанні сучасних матеріалів (холодний пластик, термопластик з високим коефіцієнтом світлоповертання);
- налаштування професійних фільтрів для миттєвого реагування на тендери;
- участь у профільних конференціях та круглих столах з питань безпеки дорожнього руху;
- оформлення портфоліо реалізованих об'єктів як доказ надійності;
- розробити комерційні пропозиції для забудовників та керуючих компаній;
- реєстрація бізнесу в **Google Maps**. Коли шукають локального підрядника, профіль у Google My Business з відгуками підвищує довіру;
- при використанні фарб на водній основі або матеріалів з меншим вмістом розчинників, обов'язково підкреслювати це для європейських грантів або еко-свідомих замовників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз сучасних конструкцій машин для нанесення дорожньої розмітки [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://razmetka.com.ua/mashiny/analiz-suchasnikh-konstruktsij-mashin-dlya-nanesennya-dorozhnoji-rozmitki/>
2. Демаркування найсучаснішими методами горизонтальної дорожньої розмітки, влаштованої різними розмічальними матеріалами [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://dorogimosti.org.ua/ua/demarkuvannya-naysuchasnishimi-metodami-gorizontallynoi-doroghnyoi-rozmitki-vlashtovanoi-riznimi-rozmichalynimi-materialami>
3. Кизима С. С. Експлуатація автомобільних доріг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навч. за напрямом підготов. Будівництво / Національний транспортний ун-т. / С. С. Кизима. – К. : НТУ, 2009. – 272 с.
4. ДСТУ 2587:2010 Безпека дорожнього руху. Розмітка дорожня. Загальні технічні вимоги. Методи контролювання. Правила застосування. Чинний від 01.04.2011.
5. СОУ 42.1- 37641918-090: 2012 Пластики, спреї-пластики холодного та гарячого нанесення для горизонтальної розмітки автомобільних доріг. Загальні технічні вимоги та методи випробування. Чинний від 01.01.2013.
6. СОУ 42.1- 37641918-088: 2012 Стрічки полімерні для горизонтальної розмітки автомобільних доріг. Загальні технічні вимоги та методи випробування. Чинний від 01.01.2013.
7. Системи покриття для нанесення горизонтальної дорожньої розмітки [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://www.lankorua.com/sistemy-pokrytij-dlya-naneseniya-gorizontallynoi-dorozhnoj-razmetki/>
8. Єрмолюк Р. С. Світовий досвід переходу на використання водно-дисперсійних фарб для розмітки доріг [Електронний ресурс] / Р.С. Єрмолюк // «Товарознавчий вісник». – 2014. – №7. – С. 60-67. - Режим доступу: <https://studfile.net/preview/8170838/>

9. Гончаренко Ф.П. Сучасні технології для влаштування дорожньої розмітки / Ф.П. Гончаренко, Ю.Ф. Гончаренко, Л.В. Столярова // Автошляховик України. – 2007. – № 5. – С. 43-45.
10. Фарба для розмічання проїзної частини автомобільних доріг. Технічні вимоги : ГСТУ 218-03450778-105-2003. – К. : Укравтодор, 2003. – 29 с. – (Галузевий стандарт України).
11. Мережко Н. Ринок лакофарбових матеріалів в Україні / Н. Мережко, Р. Домніченко // Товари і ринки. – 2011. – № 2. – С. 5-12.
12. NZRF Roadmarking Materials Guide July 2009 NZ Roadmarkers Federation Inc Auckland [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://www.nzrf.co.nz/techdocs/NZRF-Materials-Guide.pdf>.
13. Кобець Д., Бастракова Б. Переваги та недоліки використання Big Data в HR-аналітиці. *III Міжнародна науково-практична конференція «Перспективи ренесансу HR-інжинірингу, економіки і бізнесу за умов конвергенції України з ЄС у рамках європейської інтеграції» 16-17 листопада 2023 року.* м. Хмельницький. С. 40-43. URL: <https://bine.khmn.edu.ua/wp-content/uploads/sites/54/zbirnyk-isbn.pdf#page=40>
14. Жигалкевич М, Станіславський В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. № 16 с. 116-123. 2019 URL: doi: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.16.2019.181688>
15. Вайданич Т.В., Кульчицька Е.А., Юрків Н.М. Маркетинг: навчальний посібник (видання друге, перероблене і доповнене). НЛТУ України. 2022. 176 с.
16. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.
17. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання / Пер. з англ. Є. Р. Ніколаєвої. – Київ.: «Науковий Світ», 2023. 622 с.
18. Статистичне забезпечення маркетингу: навч. посіб. / В.Б. Захожай та ін.; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 400 с.
19. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Офіційний сайт. URL: <https://trafficmg.com.ua/> (дата звернення 06.12.2025).

20. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Офіційний сайт. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100039762882391>
21. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп» на сайті YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=15177761&tb=government-procurement> (дата звернення 05.12.2025)
22. Офіційний сайт Міжнародної організації зі стандартизації (International Organization for Standardization, ISO). URL: <https://www.iso.org/committee/629121/x/catalogue/>
23. Сосновська О. О., Деденко Л. В. Ризик-менеджмент як інструмент забезпечення стійкого функціонування підприємства в умовах невизначеності. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. № 1(3). С. 70–79. DOI: <http://doi.org/10.32750/2019-0106>
24. COVID-19 та еволюція ризиків відмивання грошей, фінансування тероризму та кіберзлочинності. URL: [https://www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/Staff-Alert-COVID-19-and-Evolving-Risks-for-MoneyLaundering\\_-%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf](https://www.apu.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/Staff-Alert-COVID-19-and-Evolving-Risks-for-MoneyLaundering_-%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf)
25. Управління підвищеними ризиками шахрайства та інших незаконних дій під час пандемії COVID-19. В тому числі міркування щодо аудиту фінансової звітності. URL: [https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Staff-AlertNavigating-the-Heightened-Risks-of-Fraud-and-Other-Illicit-Activities-During-the-COVID-19-Pandemic\\_0-ukr-fin.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Staff-AlertNavigating-the-Heightened-Risks-of-Fraud-and-Other-Illicit-Activities-During-the-COVID-19-Pandemic_0-ukr-fin.pdf)
26. Basel Committee on Banking Supervision. URL: [https://www.bis.org/list/bcbs\\_all/sdt\\_1/index.htm](https://www.bis.org/list/bcbs_all/sdt_1/index.htm) (дата звернення: 01.02.2024).
27. Committee of Sponsoring of the Treadway Commission. URL: <https://www.coso.org/Pages/default.aspx>
28. Federation of European Risk Management Associations. URL: <https://www.ferma.eu/>
29. People, Planet & Performance. The Contribution of Enterprise. Risk Management to Sustainability. URL: [https://www.ferma.eu/app/uploads/2021/03/Ferma-sustainability\\_2021\\_final.pdf](https://www.ferma.eu/app/uploads/2021/03/Ferma-sustainability_2021_final.pdf)

30. Risk management, recovery and resilience. COVID-19 Survey Report, 2020. URL: [https://www.ferma.eu/app/uploads/2020/12/Risk-Management-recovery-and-resilience-COVID-19-Survey-Report-2020\\_2020.12.01\\_final.pdf](https://www.ferma.eu/app/uploads/2020/12/Risk-Management-recovery-and-resilience-COVID-19-Survey-Report-2020_2020.12.01_final.pdf)
31. Окландер Т.О. Види маркетингових ризиків промислових підприємств. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/c8dfc6eb-31be-4172-9824-3842f2037812/content>
32. Топішко Н. П. Соціальні ризики як чинник регулювання системи соціального захисту населення. Наукові записки. Серія "Економіка". Випуск 11 [http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nznuoa\\_2009\\_11\\_52.pdf](http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoa_2009_11_52.pdf)
33. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Офіційний сайт. URL: <https://trafficmg.com.ua/> (дата звернення 06.02.2024).
34. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп». Офіційний сайт. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100039762882391>
35. ТОВ «Трафік Менеджмент Груп» на сайті YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=15177761&tb=government-procurement> (дата звернення 05.02.2024)
36. Тюленева Ю. В. Нормативно-правові акти України з питань управління ризиками підприємницької діяльності. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. URL : [https://economy.kpi.ua/files/files/29\\_kpi\\_2008.pdf](https://economy.kpi.ua/files/files/29_kpi_2008.pdf) (дата звернення 25.02.2024)
37. Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., зі змінами та доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 424 с.
38. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправлене і доповнене. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 504 с.
39. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теорія і практика бюджетування зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. Посібник. Львів: Видовництво «Растр-7», 2010. 320 с.

40. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ.  
URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#doc\\_info](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#doc_info) (дата звернення 26.02.2024)
41. Вічевич А. М., Максимець О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. – 2-ге видання, перероб. та доповн. К.: “Видавничий дім “Професіонал”, 2009 – 216 с.
42. Ліпич Л.Г., Фатенок-Ткачук А.О. Фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. *Економіка та держава*. 2008. № 5.
43. Приб К.А. Діагностика в системі управління URL : [https://pidruchniki.com/88196/menedzhment/diagnostika\\_v\\_sistemi\\_upravlinnya](https://pidruchniki.com/88196/menedzhment/diagnostika_v_sistemi_upravlinnya) (дата звернення 25.02.2024)
44. Герасимова Н., Гоменюк О. Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства URL : <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c7084236-f87c-44f1-952b-0290fdfd3995/content> (дата звернення 25.02.2024)
45. Кіндрацька Г.І. Аналіз господарської діяльності : навч. посібник / Г.І. Кіндрацька, А.Г. Загородній, Ю.І. Кулиняк. – Львів : ЗУКЦ, 2017. – 310 с.
46. Маркетингова інформація: підручник / Є. В. Крикавський та ін. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 416 с.
47. Аналітична онлайн-система YouControl URL : <https://youcontrol.com.ua/>
48. Fortune business insights URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/sea-buckthorn-market-103197>

# ДОДАТКИ

## Перелік обладнання, яким забезпечене ТОВ «Графік Менеджмент груп»

№ п/п	Назва обладнання/матеріально-технічної бази	Кількість, шт.
1	Автомобіль загальний вантажний бортовий малотонажний ГАЗ- 33021 – 2003 р.в.	1
2	Автомобіль загальний вантажний бортовий малотонажний ГАЗ- 3302 – 2006 р.в.	1
3	Дорожньо-розмічальна машина LLV 5900 17H455– 2018 р.в.	1
4	Маркірувальна машина для влаштування горизонтальної дорожньої розмітки акриловою фарбою LineLazer 5900 – 2011 р.в	1
5	Маркірувальна машина для влаштування горизонтальної дорожньої розмітки акриловою фарбою «Шмель 11-А» - 2003 р.в	1
6	Маркірувальна машина для влаштування горизонтальної дорожньої розмітки акриловою фарбою Шмель 11-Б – 2018 р.в.	1
7	Маркірувальна машина для влаштування горизонтальної дорожньої розмітки холодним пластиком Контур 650 ХПЄ – 2018 р.в.	1
8	Маркірувальна машина для влаштування горизонтальної дорожньої розмітки холодним пластиком CITY – 2010 р.в.	1
9	Машина для розмітки пішохідних переходів УДР-30ЛЗ – 2016 р.в.	1
10	Апарат для нанесення фарби безповітряним методом GracoG-Max-3900 (Hseries) – 2015 р.в.	2
11	Автомобіль – вантажний фургон ГАЗ- 2705(2003 р.в.)	1
12	Автомобіль – вантажний фургон ZAZLanosCargo 2019 р.в.	2
13	Машина для демаркування дорожньої розмітки GrindlazerHPDC 89G 25M992 – 2018 р.в	1
14	Повітродувний пристрій BG50 для очистки дорожнього покриття 2018 р.в	3
15	Електростанція пересувна 4 кв EnerSolSWG -7E	1
16	Машина самохідна для забивання паль (Сваєбійка) Turchi 300/F, 2017р., s.n.: 7659D0A117	1
17	Автомобіль ISUZUNQR 71R Загальний вантажний-тентований	1
18	Причіп «ПРАГМАТЕК» А9-4520 (лавета) 2 т.	1
19	Причіп «ПРАГМАТЕК» 0,5 т	2
20	Автомобіль (ZCFC670D505421280)	1
21	Автомобіль IVECO Daily 70C18 Desert Orange VIN (ZCFC670D705421605)	1
22	Автомобіль IVECO Daily 70c18H V (ZCFC670D005405097)	1
23	Вантажний автомобіль СКС-ІЕМЛ180Е28-01БП VIN	1
24	Машина для розмітки доріг ручна LINELAZER 5900 з дозатором склокульок 277065-1	1
25	Машина самохідна для забивання паль Turchi 300/F	1
	<b>Всього</b>	<b>30</b>

## Додаток Б

## Динаміка активів ТОВ «Трафік менеджмент груп» у 2022-2024 рр.

Актив	2022	2023	2024	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2023	2024	2023	2024
<b>I. Необоротні активи</b>							
Нематеріальні активи	96,7	67,7	576,7	-30,0	751,8	-29	509,0
первісна вартість	145,0	145,0	683	0,0	371,0	0	538,0
накопичена амортизація	48,3	77,3	106,3	60,0	37,5	29	29,0
Незавершені капітальні інвестиції	15,9	15,9	15,9	0,0	0,0	0	0,0
Основні засоби	5695,5	5391,0	3842,1	-5,3	-28,7	-304,5	-1548,9
первісна вартість	14045,4	15995,8	16353	13,9	2,2	1950,4	357,2
знос	8349,9	10604,8	12510,9	27,0	18,0	2254,9	1906,1
<b>Усього за розділом I</b>	<b>5808,1</b>	<b>5474,6</b>	<b>4434,7</b>	<b>-5,7</b>	<b>-19,0</b>	<b>-333,5</b>	<b>-1039,9</b>
<b>II. Оборотні активи</b>							
Запаси	5805,6	16253,6	13754,3	180,0	-15,4	10448	-2499,3
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	19136,9	13915,7	18099,1	-27,3	30,1	-5221,2	4183,4
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	16,1	10,2	42	-36,6	311,8	-5,9	31,8
Інша поточна дебіторська заборгованість	10280,5	9488,8	8015,6	-7,7	-15,5	-791,7	-1473,2
Гроші та їх еквіваленти	4056,9	6230,5	3694,9	53,6	-40,7	2173,6	-2535,6
Витрати майбутніх періодів	-	-	230,4	-	-	-	-
Інші оборотні активи	3010,0	2258,3	1480,1	-25,0	-34,5	-751,7	-778,2
<b>Усього за розділом II</b>	<b>42306,0</b>	<b>48157,1</b>	<b>45316,4</b>	<b>13,8</b>	<b>-5,9</b>	<b>5851,1</b>	<b>-2840,7</b>
<b>Баланс</b>	<b>48114,1</b>	<b>53631,7</b>	<b>49751,1</b>	<b>11,5</b>	<b>-7,2</b>	<b>5517,6</b>	<b>-3880,6</b>

## Додаток В

## Динаміка пасивів балансу ТОВ «Графік менеджмент груп» у 2022-2024 рр.

Пасив	2022	2023	2024	Темпи приросту (ланцюгові), %		Абсолютний приріст (ланцюговий), тис. грн.	
				2023	2024	2023	2024
<b>I. Власний капітал</b>							
Зареєстрований (пайовий) капітал	654,0	654,0	654	0,0	0,0	0,0	0,0
Нерозподілений прибуток	8588,1	10834,0	10494,5	26,2	-3,1	2245,9	-339,5
<b>Усього за розділом I</b>	<b>9242,1</b>	<b>11488,0</b>	<b>11148,5</b>	<b>24,3</b>	<b>-3,0</b>	<b>2245,9</b>	<b>-339,5</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	<b>4085,2</b>	<b>5123,3</b>	<b>2612,8</b>	<b>25,4</b>	<b>-49,0</b>	<b>1038,1</b>	<b>-2510,5</b>
<b>III. Поточні зобов'язання</b>							
довгостроковими зобов'язаннями	-	-	-	-	-	-	-
товари, роботи, послуги	26861,4	30658,6	31109,4	14,1	1,5	3797,2	450,8
розрахунками з бюджетом	3935,5	2005,1	1448,5	-49,1	-27,8	-1930,4	-556,6
у тому числі з податку на прибуток	17,5	492,2	0	2712,6	-100,0	474,7	-492,2
розрахунками зі страхування	3,5	7,4	2,9	111,4	-60,8	3,9	-4,5
розрахунками з оплати праці	37,7	62,3	6,6	65,3	-89,4	24,6	-55,7
Інші поточні зобов'язання	3948,7	4287,0	3422,4	8,6	-20,2	338,3	-864,6
<b>Усього за розділом III</b>	<b>34786,8</b>	<b>37020,4</b>	<b>35989,8</b>	<b>6,4</b>	<b>-2,8</b>	<b>2233,6</b>	<b>-1030,6</b>
<b>Баланс</b>	<b>48114,1</b>	<b>53631,7</b>	<b>49751,1</b>	<b>11,5</b>	<b>-7,2</b>	<b>5517,6</b>	<b>-3880,6</b>

**Інформація про обладнання для нанесення дорожньої розмітки  
іноземного виробництва, яке ТОВ «ТМГ» придбало у 2018-2021 роках**

Назва обладнання	Країна-виробник	К-сть, шт.	Вартість без ПДВ, грн.	Вартість з ПДВ, грн.
<b>2018 рік</b>				
Платформа дорожня розміточна «Шмель 11Б»	Білорусь	1	1091824,6	1310189,5
Машина дорожня розміточна «Контур 650»	Білорусь	1	2953780,6	3544536,7
Аплікатор гладкий АГ 100	Білорусь	1	19575,5	23490,6
Аплікатор гладкий АГ 150	Білорусь	1	22448,8	26938,6
<b>Всього імпортовано у 2018 році</b>	<b>Білорусь</b>	<b>4</b>	<b>4087629,5</b>	<b>4905155,5</b>
<b>2019 рік</b>				
Дорожньо-розміточна машина LLV5900 17H455	США	1	299250	359100
Демаркіратор GrindLAZER HP DC89 G	США	1	237500	285000
Барабан фрезерний (20,5 см) 25N209	США	1	48875	58650
<b>Всього імпортовано у 2019 році</b>	<b>США</b>	<b>3</b>	<b>585625</b>	<b>702750</b>
<b>2020 рік</b>				
Машина самохідна для забивання палей Turchi 300/F	Туреччина	1	1231171	1477404,8
<b>Всього імпортовано у 2020 році</b>	<b>Туреччина</b>	<b>1</b>	<b>1231171</b>	<b>1477404,8</b>
<b>2021 рік</b>				
Автомобіль (ZCFC670D505421280)	Італія	1	1 211 438	1453725
Автомобіль IVECO Daily 70C18 Desert Orange VIN (ZCFC670D705421605)	Італія	1	1 214 621	1457545
Автомобіль IVECO Daily 70c18H V (ZCFC670D005405097)	Італія	1	1 139 248	1367098
Вантажний автомобіль СКС-ІЕМЛ180Е28-01БП VIN	Італія	1	2 055 366	2466439
Машина для розмітки доріг ручна LINELAZER 5900 з дозатором склокульок 277065-1	США	1	293 050	351660
<b>Всього імпортовано у 2021 році</b>		<b>5</b>	<b>5 913 723</b>	<b>7096467</b>
<b>Всього імпортовано у 2018-2021 роках</b>		<b>13</b>	<b>11818149</b>	<b>14181777</b>

## Додаток Е

**Характеристика обладнання для нанесення дорожньої розмітки  
групи компаній «СТіМ» (Білорусь)**

<b>Назва обладнання</b>	<b>Характеристика обладнання</b>
Платформа дорожня розміточна «Шмель 11Б»	Призначена для установки на шасі автомобіля «Газель» моделі ГАЗ 3302. Машина з платформою «Шмель 11Б» може здійснювати горизонтальну розмітку доріг безповітряним способом швидковисихаючими <b>фарбами</b> з використанням світлоповертаючих склокульок і є повним аналогом машини дорожньої розмітки «Шмель 11А». Машина має порівняно малі габарити і високу маневреність, завдяки яким прекрасно підходить для розмітки не тільки для магістральних доріг, а й міських вулиць.
Машина дорожня розміточна «Контур 650»	Призначена для нанесення товстим шаром горизонтальної дорожньої розмітки сучасними двокомпонентними <b>холодними пластиками</b> з використанням світлоповертаючих склокульок. Машина може наносити гладкі, структурні і краплинні лінії.

Обладнання для розмітки доріг групи компаній «СТіМ» забезпечує нанесення маркувальних ліній рівномірно і швидко, що дозволяє швидко відновити рух на відремонтованій ділянці траси.

Розроблені програми зазначеної компанії для автоматичних розміточних машин забезпечують можливість одночасного нанесення кількох ліній, за потреби різної ширини і характеру (переривчасті, агломератної).

Оператор-водій машини для розмітки доріг має в першу чергу стежити саме за переміщенням самого транспортного засобу, за потреби змінюючи параметри програми.

Дорожні машини, виготовлені компанією «СТіМ» досить прості в управлінні. Компетентні фахівці компанії «СТіМ» пояснюють працівникам компанії, яка закуповує устаткування, основні правила роботи на машинах для розмітки доріг.

## Додаток Ж

## Характеристика обладнання для дорожньої розмітки, придбаного в США

Назва обладнання	Характеристика обладнання
Дорожньо-розміточна машина LLV5900 17H455	Машина для дорожньої розмітки з 2-ма механічними пістолетами-розпилувачами - пристрій для нанесення лінійної розмітки <b>фарбою</b> методом безповітряного розпилення. Призначена для виконання середніх і середніх-підвищених обсягів робіт. Переміщається і управляється оператором, що йде позаду машини.
Демаркіратор GrindLAZER HP DC89 G	Використовується для проведення загальних робіт з видалення дорожньої розмітки; легко маневрує і легко запускається в холодну погоду.
Машина для розмітки доріг ручна LINELAZER 5900 з дозатором склокульок 277065-1	<p>Пристрій для нанесення лінійної розмітки фарбою методом безповітряного розпилення.</p> <p>Призначена для виконання середніх і середніх-підвищених обсягів робіт.</p> <p>Переміщається і управляється позаду йде оператором.</p> <p>Сумісна з Самохідними візками оператора — Graco LineDriver.</p>

## Додаток И

**Динаміка світових обсягів імпорту товарів за кодом 081090, до яких  
відноситься в т.ч. обліпіха, тис. дол. США**

<b>Імпортери</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Всього у світі	3625912	4289480	3872352	3547095	3730214
Китай	1177193	1438107	1268562	877032	998534
Сполучені Штати Америки	243936	275113	306313	350567	376238
Нідерланди	243896	302194	281366	238714	240077
Німеччина	145321	150186	149718	178470	198156
В'єтнам	40708	22781	29305	23678	134874
Франція	95031	120528	110888	124511	126726
Індонезія	72560	120719	141994	110375	126623
Гонконг, Китай	187981	297119	146862	125829	122185
Російська Федерація	142694	140143	118617	133447	110300
Канада	69460	81339	87568	93542	109880
Велика Британія	57609	81310	72851	86220	101213
Саудівська Аравія	188301	125440	98186	104731	78479
Австрія	40461	42788	43175	52352	65367
Індія	12382	19732	33841	56809	64131
Бельгія	61084	53421	54626	43116	57063
Італія	57338	72268	54981	53772	56992
Об'єднані Арабські Емірати	75794	83517	86045	89317	56699
Таїланд	32093	32906	36163	40936	48884
Сінгапур	37560	38534	34179	35739	35650
Швейцарія	27962	29380	26571	30679	34824
Інші	615024	761955	690541	697259	587319

Джерело: TradeMap