

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та управління бізнесом

Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему: «Обґрунтування механізму забезпечення конкурентоспроможності
промислового підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу, групи ЕП-23м
спеціальності 051 Економіка

Сотник Сергій Васильович

Керівник: Астаф'єва Катерина Олександрівна

Рецензент : Нікульнікова Ганна Володимирівна

м. Кривий Ріг – 2024 р.

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та управління
бізнесом

Кафедра економіки, організації та
управління підприємствами

Спеціальність: 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри ЕОУП,
проф., д.е.н. Альона ШАХНО

« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу другого (магістерського) рівня вищої освіти
ЕП-23м, Сотника Сергія Васильовича

1. Тема роботи «Обґрунтування механізму забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства», затверджена наказом по університету від «01» жовтня 2024 р. № 907с.
2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02.12.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: звіти про роботу ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. з офіційного сайту підприємства, періодична та спеціальна література з економіки, методичні вказівки кафедри економіки, організації та управління підприємствами.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: теоретичні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності промислових підприємств; техніко-економічний аналіз діяльності ТОВ «ЛКФ «Світоч» ; оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» та розробка пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності аналізованого підприємства.
5. Перелік демонстраційного матеріалу: методи оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства; показники техніко-економічного стану, результати оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» ; обґрунтування пропозицій для підвищення рівня конкурентоспроможності.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	доц. Астаф'єва К. О.		
Розділ 2	доц. Астаф'єва К. О.		
Розділ 3	доц. Астаф'єва К. О.		
Нормоконтроль	доц. Поліщук І. Г.		

7. Дата видачі завдання 2.10.2024 р.

Керівник _____
(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (магістерської) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Співбесіда зі здобувачем вищої освіти за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	2.10.2024	Викон.
2	Збір матеріалів до кваліфікаційної (магістерської) роботи	17.10.2024	Викон.
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної (магістерської) роботи	18.10.2024	Викон.
4	Підготовка I розділу кваліфікаційної (магістерської) роботи та подання його консультанту	1.11.2024	Викон.
5	Підготовка II розділу кваліфікаційної (магістерської) роботи та подання його консультанту	10.11.2024	Викон.
6	Підготовка III розділу кваліфікаційної (магістерської) роботи та подання його керівнику	25.11.2024	Викон.
7	Підготовка вступної частини	26.11.2024	Викон.
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	02.12.2024	Викон.
9	Отримання відгуку керівника та рецензії	12.12.2024	Викон.
10	Попередній захист роботи		Викон.
11	Захист роботи в ЕК		

Здобувач _____
(підпис)

Науковий керівник _____
(підпис)

РЕФЕРАТ

на кваліфікаційну роботу другого (магістерського) рівня вищої освіти
здобувача спеціальності 051 Економіка

Сотника С.В. «Обґрунтування механізму забезпечення
конкурентоспроможності промислового підприємства». – КНУ, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 120 сторінках, містить 27 таблиці,
26 рисунків. При підготовці роботи використано 36 літературних джерел.

Мета кваліфікаційної (магістерської) роботи: обґрунтування
теоретичних і науково-методичних механізму забезпечення
конкурентоспроможності промислового підприємства.

Завдання дослідження: окреслення теоретичних та методичних
підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності промислового
підприємства; виконання аналізу рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ
«Світоч».; розробити пропозиції підвищення рівня конкурентоспроможності
ТОВ «ЛКФ «Світоч».; визначити, які розроблені пропозиції вплинуть на
плановий рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»;

Об'єкт дослідження: механізм забезпечення конкурентоспроможності
промислового підприємства

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти
підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Одержаний економічний ефект (ефективність): з метою підвищення
рівня конкурентоспроможності запропоновано розвиток напрямку
пасажирських перевезень на ТОВ «ЛКФ «Світоч». Запропоновані заходи
призведуть до зростання чистого доходу від реалізації на 6,192% та
підвищення рівня конкурентоспроможності з «слабкого» до «недостатнього».

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінювання, рівень
конкурентоспроможності промислового підприємства.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1. Теоретичні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності промислових підприємств	8
1.2. Методичні підходи щодо оцінювання рівня конкурентоспроможності промислових підприємств	19
1.3. Характеристика стану конкурентоспроможності промислових підприємств (у розрізі харчової промисловості)	30
Висновок до розділу 1.	40
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОКАЗНИКІВ ТА АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ».....	42
2.1. Аналіз показників техніко-економічного стану ТОВ «ЛКФ «Світоч».....	42
2.2. Оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.	53
2.3. Використання методів факторного аналізу для аналізу рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.	64
Висновки до розділу 2.	73
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО РОЗРОБКИ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ	
3.1. Розробка економіко-математичної моделі забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».....	75
3.2. Обґрунтування пропозицій щодо формування механізму забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»	85
3.3. Планування рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку надання послуг з пасажирських перевезень.....	94
Висновок до розділу 3	104
ВИСНОВКИ.....	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	110
ДОДАТКИ.....	114

ВСТУП

Актуальність теми "Обґрунтування механізму забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства" визначається зростаючою інтенсивністю конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, швидкими змінами в технологіях та запитах споживачів. У сучасних умовах глобалізації, інноваційного розвитку та ресурсних обмежень підприємства мають адаптуватися до нових викликів і створювати стійкі конкурентні переваги. Розробка ефективного механізму забезпечення конкурентоспроможності дозволяє оптимізувати використання ресурсів, впроваджувати інновації, підвищувати якість продукції та зміцнювати позиції на ринку, що є ключовим для забезпечення довгострокового успіху та розвитку підприємства.

Питанням, що стосуються забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємства присвячено чимало наукових публікацій. Так, М. Портер, А. Сміт, Ф. Еджуорт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлен, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, І. Кірцнер, Г. Скудар, С. Ярошенко, В. Шинкаренко, А. Бондаренко.

Завданнями дослідження передбачається:

- надання характеристики теоретичним підходом до визначення сутності конкурентоспроможності промислового підприємства;
- окреслення методичних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності промислового підприємства;
- надати характеристику стану конкурентоспроможності промислових підприємств у розрізі харчової промисловості;
- провести аналіз показників техніко-економічно стану підприємства ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.;
- виконати аналіз рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.;

- проведення факторного та кореляційного аналізу показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.;
- розробити пропозиції щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»;
- визначити, які розроблені пропозиції вплинуть на плановий рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»;

Об'єкт дослідження: механізм забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі використано такі методи дослідження: систематизація та узагальнення – для уточнення сутності поняття «конкурентоспроможності»; системний підхід – у процесі обґрунтування методичних підходів до оцінювання механізму забезпечення конкурентоспроможності; статистичні, розрахунково-аналітичні – під час розрахунку середніх значень фінансово-економічних показників; експертних оцінок – у процесі визначення коефіцієнтів вагомості економічних показників; графічний аналіз – для наочності; індукція й дедукція – для формування висновків про механізм забезпечення конкурентоспроможності ; порівняння – під час аналізу наявних підходів щодо оцінювання стану ефективності управління конкурентоспроможністю; аналіз – при виявленні особливостей сучасного стану управління конкурентоспроможністю

Оброблення даних здійснювалося з використанням сучасних комп'ютерних технологій. Інформаційну базу дослідження складають законодавчі та нормативні акти України, офіційні статистичні матеріали Державного комітету статистики, фінансова, статистична звітність, відкрита інформація щодо діяльності видобувних підприємств України.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Теоретичні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності промислових підприємств

У сучасних умовах ефективність діяльності підприємств залежить від здатності адаптуватися до зовнішніх викликів, впроваджувати інновації та оптимізувати внутрішні процеси. Розробка дієвого механізму забезпечення конкурентоспроможності дозволяє підприємствам утримувати лідерські позиції на ринку, формувати стійкі конкурентні переваги та забезпечувати довгострокову стабільність. Особливо актуальним це питання є для промислових підприємств, які стикаються з високими вимогами до якості продукції, інвестиційної привабливості та екологічних стандартів.

Питанням, що стосуються забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємства присвячено чимало наукових публікацій. Так, М. Портер, А. Сміт, Ф. Еджуорт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлен, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, І. Кірцнер, Г. Скудар, С. Ярошенко, В. Шинкаренко, А. Бондаренко в своїх дослідженнях приділяли значну увагу методам оцінювання рівня конкурентоспроможності, розробці та удосконаленню інструментарію завоювання конкурентних переваг та ін. Наукові дослідження О. Іванової, С. Петренко, Ю. Сидоренко, Л. Коваленко, Т. Гринько, В. Мартинюк висвітлюють різні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств, включаючи стратегічне управління, інноваційний розвиток, оцінку факторів та розробку методології покращення конкурентної позиції підприємств на ринку. Незважаючи на вагомий

науковий доробок вищезазначених науковців, конкурентоспроможність підприємства, а саме напрями її підвищення в сучасних умовах, в умовах військового стану, є малодослідженим явищем як у публікаціях українських, так і закордонних фахівців.

Центральним аспектом розвитку підприємства у контексті конкурентної боротьби є його здатність до конкуренції, тобто конкурентоспроможність. Поняття конкуренції є ключовим поняттям, що свідчить про ступінь ринкових відносин. Конкуренція є своєрідним механізмом саморегуляції ринку. На думку відомих вчених економістів конкурентоспроможність являє собою перевагу одного підприємства над іншим, яка проявляється у наявності у нього особливих переваг, які відсутні в іншого підприємства [21, с. 94]. Взагалі, конкурентоспроможність – це багатогранне поняття, яке не можна точно виміряти й охарактеризувати декількома параметрами [29].

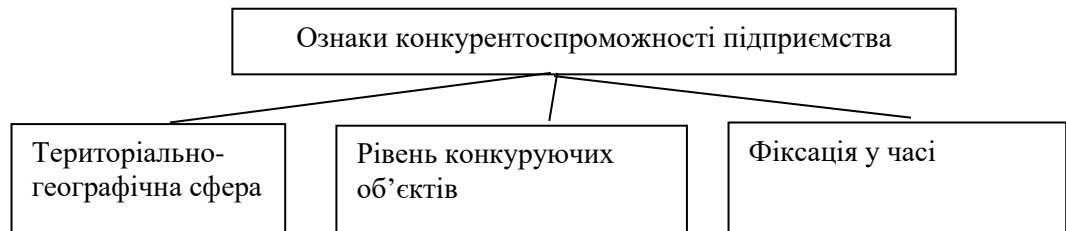


Рисунок 1.1 - Ознаки конкурентоспроможності підприємства

Отже в економічній літературі налічується значна кількість підходів до визначення сутності поняття «конкуренція», що охоплюють диференціацію її характеристик, функцій та особливостей. Враховуючи таку диференціацію доцільним є систематизація існуючих підходів до визначення сутності досліджуваного поняття.

Отже, за результатами аналізу існуючих підходів до визначення сутності поняття «конкуренція» можна визначити головні особливості даної категорії:

1) конкуренція - це суперництво економічних суб'єктів учасниками на ринку з метою досягнення найвищих показників у господарській діяльності;

2) конкуренція представляє собою регулюючий механізм ринку, який контролює попит і пропозицію на ньому;

3) конкуренція означає боротьбу між традиційними та інноваційними підходами.

Крім того, однією з ключових категорій у ринковій економіці є, безперечно, конкурентоспроможність, тому що її рівень може визначати успіх або невдачу суб'єкта господарювання. На сьогоднішній день, фахівці досліджують різні аспекти поняття «конкурентоспроможність підприємства» і розглядають його як характеристику, властивість, здатність та категорію одночасно.

З практичної точки зору, конкурентоспроможність є відносною характеристикою, яка виражає конкурентний потенціал конкретного суб'єкту підприємництва. Вперше термін «конкурентоспроможність» був введений наприкінці 1970-х рр. М. Портером, який розглядав дану категорію як здатність до прибутковості та ефективного використання ресурсів. У середині 1990-х рр. цей термін став об'єктом активних досліджень вітчизняних економістів. Поняття конкурентоспроможності, яке було введене М. Портером та в подальшому поглиблено іншими авторами, охоплює різні аспекти і, як правило, доповнює один одного. Згідно з дослідженням М. Портера, конкурентоспроможність – це здатність товарів, послуг або суб'єктів ринкових відносин конкурувати на ринку на рівні з іншими аналогічними товарами, послугами або конкурентними суб'єктами ринкових відносин [25, с.103].

Так, у [15] конкурентоспроможність визначається за результатом отримання конкурентних переваг підприємства, а саме за його рівнем. Рівень конкурентоспроможності окремого підприємства формується під впливом низки факторів і є характеристикою змінною [15]. Компанії, які традиційно прагнуть до ефективнішої виробничої діяльності, можуть впливати на ці

чинники, передбачити вплив деяких факторів і підготувати заходи у відповідь.

Конкурентоспроможність також є порівнянною категорією і включає в себе зміни ринкових умов і позицій конкурентів. І. Кадирус вважає, що вивчення конкурентоспроможності підприємства базується на аналізі не тільки внутрішнього, а й зовнішнього середовища, та зазначає, що основна увага має приділятися порівнянню найбільш суттєвих показників діяльності конкретного підприємства з аналогічними показниками підприємств-конкурентів [12].

Автори [10] стверджують, що конкурентоспроможність підприємства слід визначати як його здатність виробляти та реалізовувати продукцію швидко, ефективно, якісно і в достатній кількості, при цьому забезпечуючи високий рівень технологічного обслуговування. Н. Дмитренко визначає конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу категорію, що характеризує здатність досягти цільових ринкових позицій з відповідною чисельністю працівників і забезпечується виробництвом комерційно-перспективної продукції та ефективною діловою стратегією [9]. Н. Тарнавська характеризує конкурентоспроможність підприємства як здатність у реальному часі і в перспективі створювати та використовувати систему знань, вмінь і навичок спільно зі споживачем для створення привабливого для нього продукту, який випереджає за часом конкурентів, які діють на ринку в даний момент або можуть з'явитися у майбутньому [31].

Слід відзначити, що в дослідженнях конкурентоспроможності існує різноманітність підходів. Однак важливим є те, що конкурентоспроможність часто вбудована в ідеологію та місію підприємства. Ця ідеологія передбачає здатність підприємства задовольняти потреби споживачів за доступною ціною і високою якістю продукції.

Важливо зрозуміти економічний механізм, який лежить в основі забезпечення конкурентоспроможності підприємства, тому що він є складним комплексом чинників, які регулюють процес прийняття рішень у

господарській сфері підприємства. Для ефективного функціонування цього механізму кожен чинник має знаходитись у взаємозв'язку. Це обумовлює виділення відповідних складових конкурентоспроможності підприємства (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 - Основні складові конкурентоспроможності підприємства

Всі ці частини одна з одною тісно взаємопов'язані, наприклад: безпека на підприємстві вимагає відповідності технічним регламентам, встановленим державою, проте, організація повинна розуміти, що просте дотримання регулятивних вимог не забезпечує конкурентну перевагу, якість послуг також має велике значення, тому що клієнти завжди заохочуються до вибору і обирають завжди конкурентів з кращими умовами.

Це вимагає від підприємства постійного вдосконалення якості послуг та інших аспектів для збереження його конкурентоспроможності на ринку. На нашу думку, управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в створенні, збереженні та розвитку конкурентних переваг – переваг, які дозволяють виходити підприємству вперед конкурентів у різних сферах діяльності, що є важливою основою для покращення стратегічних і фінансових показників компанії [34].

Отже, аналіз теоретичних підходів до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства дозволяє зробити висновок, що для більш якісної оцінки цього показника необхідно враховувати різні чинники та їх вплив. Це допоможе виявити можливості та загрози, які впливають на діяльність підприємства та його розвиток. В сучасних умовах на формування

конкурентних переваг підприємства впливають різні фактори, що включають відповідні компоненти виробничого господарської системи, такі як: технологія, кадри, фінансові ресурси тощо, а також елементи бізнес-системи, які включають конкурентів та можливості розширення на ринку.

Можна сказати, що ці чинники впливають на формування конкурентної переваги, наприклад їх можна розділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори залежать від зовнішнього середовища організації, характеризуються певним ступенем невизначеності, але можуть бути використані для досягнення цілей. Внутрішні фактори визначаються керівництвом компанії і реалізуються через дії її персоналу. Розглядаючи динаміку функціонування підприємства, аби повною мірою забезпечити його конкурентоспроможність, неабияку роль відіграє вибір способу їх здійснення, для цього виділимо, кілька періодів її життєвого циклу: зародження, зростання, стабільність, занепад і ліквідація. У кожному з цих періодів відбуваються зміни якісної та кількісної характеристики структури та ресурсів організації, що впливає на її потенціал.

Також, у дослідженні [37] було визначено, що конкурентні переваги також проходять свій життєвий цикл, тому можна встановити паралель між життєвим циклом підприємства та життєвим циклом конкурентних переваг, розглядаючи їх як результат формування конкурентної стратегії на тривалий період.

Таким чином, можна виділити певні особливості забезпечення конкурентних переваг підприємства в залежності від стадії життєвого циклу: - стадія «зародження» характеризується появою та визначенням основних причин її існування та корисності компанії для суспільства.

Щодо конкурентних переваг, на цьому етапі вони лише починають формуватися шляхом визначення важливих характеристик продукту та необхідних ресурсів;

- стадія «зростання» на цьому періоді відбувається зростання всіх видів ресурсів і формування базового потенціалу, підприємство починає визначати

можливі конкурентні переваги для досягнення конкурентоспроможності свого продукту;

- стадія «стабільності», на цьому етапі компанія досягає максимальної ефективності використання свого потенціалу.

Продукт залишається конкурентоспроможним, хоча темпи зростання переваг помітно знижуються. Варто відмітити, що саме на цьому етапі задля підтримки високого рівня конкурентних переваг підприємство має зосередитися на інвестуванні у ті елементи, які забезпечать найкращі показники конкурентоспроможності. Якщо компанія знехтувала цим етапом, то вона перейшла до наступного періоду;

- стадія «занепаду» цей етап характерний тим, коли спостерігається зниження як потенціалу підприємства, так і її конкурентних переваг. Це проявляється у багатьох складових ефективності використання ресурсів компанією, у результаті – це призводить до зниження конкурентних переваг та в цілому до загальної конкурентоспроможності;

- остання стадія життєвого циклу організації – «ліквідація» це є заключним етапом, коли відсутні конкурентні переваги, через відсутність всіх видів ресурсів або іншими словами, продукт втрачає популярність, а витрати не виправдовуються результатами.

Слід відзначити, що задля підвищення конкурентоспроможності, підприємство має підвищити свої конкурентні переваги або повернутися до періоду «стабільності», за таких умов [14]:

- позбутися ресурсів, які не використовуються, щоб звільнити місце для ефективнішого використання інших ресурсів;

- за умови відповідності обсягу потенціалу підприємства розглянути можливість диференціації продукції, що дасть можливість завоювати більшу частку цільової аудиторії;

- переглянути і скоригувати стратегію, місію і завдання, виходячи з оновлених умов та вимог ринку;

- розробити і реалізувати тактичний план виходу з кризи, спрямований на досягнення конкурентних переваг на новому рівні їх розвитку.



Рисунок 1.3 - Конкурентоспроможність підприємства

Так, категорія порівнюваність свідчить про те, що конкурентоспроможність підприємства слід аналізувати та порівнювати в контексті з реальними конкурентами на ринку, які працюють на аналогічному ринку. Просторовість означає, що підприємство може бути конкурентоспроможним на одному ринку, але не на іншому, тому конкурентоспроможність визначається у контексті конкретного ринку. Динамічність передбачає конкурентоспроможність підприємства не постійною, тому необхідно постійно вивчати цю категорію у конкретному середовищі.

Атрибутивність акцентує увагу на унікальних характеристиках підприємства, які є основними джерелами його конкурентних переваг, включаючи застосування передових технологій, додаткових послуг тощо. Системність враховує всі або максимально можливі параметри і умови, які можуть впливати на конкурентоспроможність досліджуваного підприємства, утворюючи певний підхід до аналізу його конкурентного стану.

Предметність зосереджує увагу на різних аспектах, що визначають сучасність підприємства, таких як наявність передової техніки та технологій, висококваліфікованих кадрів, іміджу та бренду компанії, якість наданих послуг, власних приміщень, фінансових можливостей, маркетингових комунікацій та каналів просування тощо.

Слід звернути увагу, що наведений склад властивостей достатньо розкриває теоретичні аспекти сутності та поняття конкурентоспроможності підприємства. Отже, на підставі попередніх досліджень конкурентоспроможність підприємства визначається здебільше саме чинниками, які розкривають наукові дослідники у своїх працях, що в результаті сприяє здатністю систематично зміцнювати свої позиції на ринку у довгостроковій перспективі.

Неможливо не зазначити важливість конкурентних переваг, які є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності. Результати дослідження сутності конкурентоспроможності підприємства дає підстави стверджувати, що важливим аспектом є не тільки трактування поняття цього терміну, але й обов'язковим є особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах та розробка і реалізація стратегій, які не лише створюють, а й забезпечують стійке збереження. В сучасних мінливих умовах функціонування набуває великої актуальності дослідження способів підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Слід визначити основні проблеми управління конкурентоспроможністю з якими стикаються у сучасному середовищі підприємці, серед яких [20]:

- недостатній рівень конкурентоспроможності товарів підприємства, який можливо був спричинений неякісними продуктами або послугами, недостатнім рівнем інновацій та застарілими основними засобами підприємства;

- нестабільність економічної ситуації у країні, як і було зазначено раніше, вона включає не тільки воєнний стан країни, а й зміни в законодавстві, політичну нестабільність тощо;

- відсутність інформаційних систем управління конкурентоспроможністю, що може перешкоджати збору, аналізу та

використанню необхідної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень;

- відсутність конкретної конкурентної стратегії, яка була б спрямована на певні цільові групи споживачів та розробленої з урахуванням конкурентних переваг вже існуючих можливостей підприємства;

- слабкий кадровий потенціал, спричинений зменшенням населення, що обмежує здатність підприємства до інновацій та вдосконалення, а також впливу на якість наданих послуг та співпрацю з споживачами. Визначивши основні проблеми з якими стикаються на сьогодні підприємці, необхідно підкреслити, що конкурентоспроможність підприємства має бути спрямована на:

- забезпечення гнучкості та адаптивності управлінських дій і рішень, що дозволяє адаптуватися до змін в динаміці позитивних і негативних факторів конкуренції на конкретному ринку;

- нейтралізацію чи зменшення впливу деструктивних факторів, які можуть погіршувати конкурентну позицію підприємства; - нарощування та реалізацію конкурентних переваг підприємства через використання зовнішніх позитивних чинників впливу.

У зв'язку з чим розрізняють наступні види конкурентоспроможності за відповідними категоріями:

- конкурентоспроможність продукції – це властивість продукції, яка виражає ступінь її переваги над аналогами за споживчими або вартісними характеристиками і потреби споживачів в певний період [5];

- конкурентоспроможність товару – це перевага, яка була оцінена споживачем за якістю та ціною над аналогами, у конкретному сегменті ринку, без загрози для виробника [30];

- конкурентоспроможність параметрів – це найчастіше кількісні характеристики властивостей товару, які використовуються при оцінці конкурентоспроможності [32];

- конкурентоспроможність підприємства – здатність організації протистояти конкурентам на ринку товарів, послуг, робіт та технологій [4];

- конкурентоспроможність галузі – це ефективність роботи окремих галузей національного господарства, що оцінюється, окрім традиційних критеріїв, за показниками, що характеризують і описують міру живучості і динамічності галузі при різних варіантах розвитку економіки даної країни і всього світу в цілому [6];

- конкурентоспроможність економіки – це здатність країни як геополітичного суб'єкта забезпечувати самостійний розвиток і утримувати стійкі позиції в економічному суперництві з іншими країнами [19, с. 161];

- конкурентоспроможність держави – здатність держави забезпечувати високий рівень життя своїх громадян за рахунок ефективного використання своїх ресурсів та потенціалу в умовах глобальної конкуренції [25].

Конкурентоспроможність є ключовим аспектом діяльності підприємства, що вимагає ефективного управління та розвитку конкурентних переваг. Аналіз впливу зовнішніх і внутрішніх факторів дозволяє знизити невизначеність і ризик у виробничо-збутовій діяльності, що допомагає управлінню підприємством ефективніше реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Це також підвищує якість стратегічного планування та прогнозування, сприяючи підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції шляхом врахування факторів, що впливають на конкурентну позицію. В роботі було проведено аналіз теоретичних підходів до визначення сутності поняття «конкуренція», проведено аналіз еволюції економічних теорій конкуренції. За результатами аналізу наукових підходів до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність» було встановлено основні складові даної категорії. Враховуючи динаміку функціонування сучасних підприємств, в статті визначено особливості формування та забезпечення конкурентних переваг в залежності від етапу життєвого циклу підприємства. На основі визначення та аналізу факторів конкурентоспроможності в роботі

запропоновано відповідні стратегічні заходи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

1.2. Методичні підходи щодо оцінювання рівня конкурентоспроможності промислових підприємств

Наявність різноманітних методологічних підходів до оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта господарювання сприяє формуванню груп методів та їх загальної класифікації. Основними методами оцінювання конкурентоспроможності компанії є ті, що базуються на життєвому циклі продукту, частці ринку, теорії ефективної конкуренції, конкурентних перевагах, а також на оцінці конкурентоспроможності товару та інші.

У економічній літературі представлено різні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, які мають свої переваги та недоліки. Розглянемо деякі з них (рисунок 1.4).

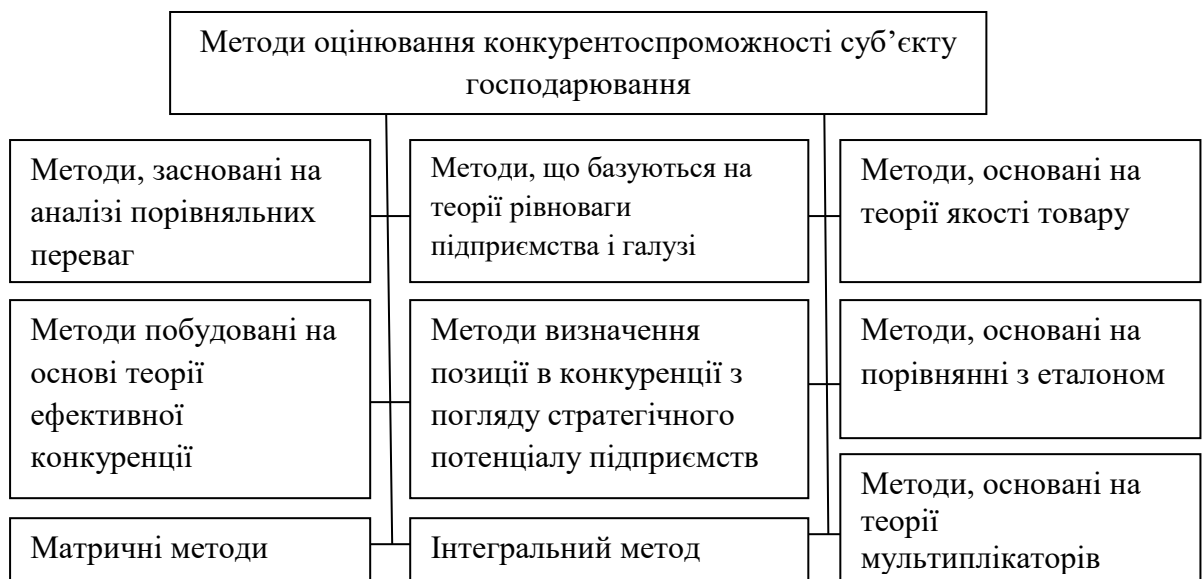


Рисунок 1.4 - Методи оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства [29]

Почнемо з методу, що передбачає дослідження переваг та їх порівняння з існуючими на ринку. Перевагою цього методу є простота у використанні. Недоліком можна визначити неможливість використання методу для оцінювання конкурентної позиції на ринку. Також наведений метод не відображає реальну позицію продукції відносно конкурентів.

Наступна низка методів заснована на визначенні рівноваги між підприємствами у галузі. Перевагою методу є можливість оцінювання підприємства у межах галузі. Недоліком, визначається неможливість оцінити рівень адаптації підприємства до змін зовнішніх умов господарювання.

Доволі широкого використання знайшли методи оцінювання конкурентоспроможності на основі якості товарів. Перевагою використання даного методу є аналіз якісних показників товарів, що цікаві споживачам. Недоліком є те, що не береться до уваги ефективність виробничо-збутової діяльності компанії; застосовується для виробників, що випускають одну категорію товарів; здійснюється визначення конкурентоспроможності як продукції, так і самого підприємства.

Наступним кроком розглянемо методи, що побудовані на показниках ефективної конкуренції. Перевагою наведеного методу є те, що останній надає можливість виконати оцінювання внутрішнього фінансово-виробничого стану підприємства та порівняти його з аналогічними у галузі. Недоліком є те, що інтегральне оцінювання ускладнює процес аналізу, метод не враховує динаміку факторів на їх вплив на загальний інтегральний показник.

Разом з тим, у нашій роботі пропонуємо розробити інтегральний показник оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, який врахує динаміку факторів внутрішнього середовища. Після цього розробити механізм, що дозволить підвищити рівня конкурентоспроможності.

Для визначення внутрішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність пропонуємо скористатися класифікацією останніх, що наведена у роботі Кошельок Г. В. та Царьов О. С. [30], також Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. [31].

Узагальнюючи наведені роботи, пропонуємо оцінювати чотири основні фактори впливу: фінансово-економічні фактори, техніко-технологічні фактори, трудові фактори, ринкові фактори. Кожні з окреслених факторів передбачає низку показників, що їх характеризують.

Для виконання вище поставленого завдання, а саме розробка механізму оцінювання конкурентоспроможності з урахування впливу динаміки факторів, пропонуємо використати індексний метод. А саме, показник що характеризують кожен окремий фактор представляти у вигляді його темпу росту. При розрахунку темпу росту обов'язково необхідно враховувати економічний зміст показника.

Виходячи із вище окресленого, розглянемо показник факторів більш детально. Почнемо з коефіцієнтів, що описують фінансово-економічні фактори.

Фінансово-економічні фактори, це фактори які характеризують ефективність використання активів підприємства. Виходячи з цього пропонуємо наступні коефіцієнти: рентабельності продукції (формула 1.1), загальної ліквідності (формула 1.2), фінансової напруженості (формула 1.3), інкасації дебіторської заборгованості (формула 1.4), інкасації кредиторської заборгованості (формула 1.5), оборотності активів, співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості.

$$K_{RP} = \frac{P}{C} \quad I_{KPP} = \frac{K_{rp1}}{K_{rp0}} - 1 \quad (1.1)$$

де K_{RP} – коефіцієнт рентабельності продукції, част.од

P – чистий фінансовий результат, тис грн

C – собівартість реалізованої продукції, тис. грн

$I_{K_{np}}$ – темп росту коефіцієнту рентабельності продукції, част.од

Наступним кроком розглянемо коефіцієнт загальної ліквідності. Зазначимо, що його нормативне значення міститься у діапазоні від 1 до 2. Разом з тим при оцінювання фінансового-економічного фактору конкурентоспроможності пропонуємо не орієнтуватися на нормативне значення, а досліджувати темп росту останнього.

$$K_L = \frac{O_a}{Z_p} \quad I_{K_L} = \frac{K_{L1}}{K_{L0}} - 1 \quad (1.2)$$

де K_L – коефіцієнт загальної ліквідності, част. Од

O_a – оборотні активи, тис. грн

Z_p – поточні зобов'язання, тис. грн

I_{K_L} – темп росту коефіцієнту загальної ліквідності, част.од

Наступним розглянемо коефіцієнт фінансової напруженості (формула 1.3)

$$K_H = \frac{Z}{A} \quad I_{K_H} = 1 - \frac{K_{H1}}{K_{H0}} \quad (1.3)$$

де K_H - коефіцієнт фінансової напруженості, част.од

Z – сукупні зобов'язання, тис. грн

A – активи, тис. грн

I_{K_H} – темп росту коефіцієнту фінансової напруженості, част.од

$$K_{id} = \frac{D}{DZ} \quad I_{K_{id}} = \frac{K_{id1}}{K_{id0}} - 1 \quad (1.4)$$

де K_{id} - коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості, част.од

D – чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн

D_Z – дебіторська заборгованість, тис. грн

$I_{K_{id}}$ – темп росту коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості, част. од

$$K_{ik} = \frac{D}{K_z} \qquad I_{K_{ik}} = \frac{K_{ik1}}{K_{ik0}} - 1 \qquad (1.5)$$

де K_{ik} - коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості, част.од

K_z – кредиторська заборгованість, тис. грн

$I_{K_{ik}}$ – темп росту коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості

Наступним розглянемо коефіцієнт оборотності оборотних активів (формула 1.6)

$$K_{OA} = \frac{D}{A} \qquad I_{K_{oa}} = \frac{K_{OA1}}{K_{OA0}} - 1 \qquad (1.6)$$

де K_{OA} - коефіцієнт оборотності оборотних активів, част.од

$I_{K_{oa}}$ – темп росту коефіцієнту оборотності оборотних активів, част.од

Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості (формула 1.7)

$$K_s = \frac{D_z}{K_z} \qquad I_{K_s} = \frac{K_s1}{K_s0} - 1 \qquad (1.7)$$

де K_s - коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості, част. од

I_{K_s} - темп росту коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості, част.од

Загальний рівень впливу фінансово-економічного фактору пропонуємо визначати в бальному виразі. Остання виконується здійснювати шляхом переведення темпу росту коефіцієнтів у бальний вираз (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення бального виразу коефіцієнтів

Діапазон зміни темпу росту коефіцієнту	Бальний вираз
$I_n < 0$	0
$0 \leq I_n < 0,5$	1
$0,5 \leq I_n < 0,7$	2
$0,7 \leq I_n < 1$	3
$I_n > 1$	4

Таким чином, загальний рівень впливу фінансово-економічного фактору пропонуємо визначати за формулою 1.18

$$\Phi E \Phi = I_{Knp} + I_{Kl} + I_{Kn} + I_{Kid} + I_{ks} \quad (1.8)$$

де $\Phi E \Phi$ – рівень фінансово-економічних факторів, бали (ТТФ, ТФ, РФ)

I_{Knp} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту рентабельності продукції, бали

I_{Kl} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту загальної ліквідності, бали

I_{Kn} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту фінансової напруженості, бали

I_{Kid} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості, бали

I_{Kik} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості, бали

Наступним кроком розглянемо показники, що включені до техніко-технологічної групи факторів. До останніх пропонуємо віднести : фондівддачу основних засобів (формула 1.8), коефіцієнт оновлення основних засобів, коефіцієнт завантаження виробничих основних засобів. При аналізі конкурентоспроможності пропонуємо також визначити темп росту окреслених показників.

$$K_F = \frac{V}{F} \qquad I_{K_F} = \frac{K_F 1}{K_F 0} - 1 \qquad (1.9)$$

де K_F – фондovіддача основних засобів, грн на грн

V – обсяг виробництва продукції, тис грн

F – середньорічна вартість основних засобів, тис. грн

I_{K_f} - темп росту фондovіддачу основних засобів, част. од

Коефіцієнт оновлення основних засобів визначається на базі формули

1.9

$$K_{of} = \frac{F_v}{F} \qquad I_{K_{of}} = \frac{K_{of} 1}{K_{of} 0} - 1 \qquad (1.10)$$

де K_{of} - коефіцієнт оновлення основних засобів, част. од

F_v – вартість введених основних засобів, тис. грн

$I_{K_{of}}$ – темп росту коефіцієнту оновлення основних засобів, тис .грн

$$K_{zf} = \frac{V_f}{V_{max}} \qquad I_{K_{zf}} = \frac{K_{zf} 1}{K_{zf} 0} - 1 \qquad (1.11)$$

де K_{zf} – коефіцієнт завантаження виробничих основних засобів, част.од

V_f – фактичний обсяг випуску продукції, од

V_{max} - максимальний обсяг випуску продукції, од

$I_{K_{zf}}$ – темп росту коефіцієнту завантаження виробничих основних засобів, част.од

Якщо значення темпу росту завантаження виробничих основних засобів складатиме 0, тоді бальний вираз показника буде максимальний.

Загальний рівень впливу факторів техніко-технологічної групи пропонуємо також оцінювати у бальному виразі. Для цього пропонуємо скористатися шкалою переведення значення темпу росту показника у бали

(таблиця 1.1). Загальний рівень впливу факторів визначаємо як суму набраних балів (формула 1.8 (ТТФ)).

$$\text{ТТФ} = I_{\text{кр}} + I_{\text{коф}} + I_{\text{кзф}} \quad (1.12)$$

де ТТФ – техніко-технологічні фактори, бали

$I_{\text{кр}}$ – бальний вираз темпу росту фондівддачу основних засобів, бали

$I_{\text{коф}}$ - бальний вираз темпу росту коефіцієнту оновлення основних засобів, бали

$I_{\text{кзф}}$ - бальний вираз темпу росту коефіцієнту завантаження виробничих основних засобів, бали

Фактор, що відображає використання трудових ресурсів представлено показниками: коефіцієнт продуктивності праці, коефіцієнт співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу, коефіцієнт звільнення кадрів.

$$K_p = \frac{V}{W} \quad I_{Kp} = \frac{K_{p1}}{K_{p0}} - 1 \quad (1.13)$$

де K_p - коефіцієнт продуктивності праці, тис грн на особу

W – чисельність працівників, осіб

I_{Kp} – темп росту коефіцієнту продуктивності праці, част.од

$$K_{mf} = \frac{M}{T} \quad I_{Kmf} = 1 - \frac{K_{mf1}}{K_{mf0}} \quad (1.14)$$

де K_{mf} – коефіцієнт співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу, част.од

M – чисельність управлінського персоналу, осіб

T – чисельність основних робітників, осіб

I_{Kmf} - темп росту коефіцієнту співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу

$$K_{pk} = \frac{W_z}{W} \quad I_{Kpk} = 1 - \frac{K_{pk1}}{K_{pk0}} \quad (1.15)$$

де K_{pk} - коефіцієнт звільнення кадрів, част.од

W_z – кількість звільнених працівників, осіб

I_{Kpk} – темп росту коефіцієнту звільнення кадрів, част. од

За прикладом визначення загального рівня впливу фінансово-економічних факторів, визначаємо і вплив трудових факторів (ТТФ).

$$ТТФ = I_{Kp} + I_{mf} + K_{pk} \quad (1.16)$$

де ТТФ – бальний вираз трудових факторів , бали

I_{Kp} – бальний вираз темпу росту коефіцієнту продуктивності праці, бали;

I_{Kmf} - бальний вираз темпу коефіцієнту співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу, бали

I_{Kpk} – бальний вираз темпу коефіцієнту звільнення кадрів, бали

Останніми розглянемо групу показників, що передбачають виявлення впливу ринкових факторів на рівень конкурентоспроможності підприємства. До останніх необхідно віднести: коефіцієнт ринкової частки (формула 1.14), коефіцієнт рентабельності реалізації продукції (формула 1.15), коефіцієнт затоварення готовою продукцією (формула 1.16), коефіцієнт ефективності маркетингових заходів (формула 1.17)

$$K_{\Delta P} = \frac{D}{D_m} \quad I_{K\Delta P} = \frac{K_{\Delta P1}}{K_{\Delta P0}} - 1 \quad (1.17)$$

де $K_{\Delta P}$ - коефіцієнт ринкової частки, част.од

D_m – ємність ринку, тис грн

$I_{K_{\Delta P}}$ - темп росту коефіцієнту ринкової частки, част.од

$$K_{\Gamma\Gamma} = \frac{P}{D} \qquad I_{K_{\Gamma\Gamma}} = \frac{K_{\Gamma\Gamma 1}}{K_{\Gamma\Gamma 0}} - 1 \qquad (1.18)$$

де $K_{\Gamma\Gamma}$ – коефіцієнт рентабельності реалізації, част.од

P - чистий фінансовий результат, тис грн

$I_{K_{\Gamma\Gamma}}$ – темп росту коефіцієнту рентабельності реалізації, част. од

$$K_{z\text{p}} = \frac{D_n}{D_f} \qquad I_{K_{z\text{p}}} = 1 - \frac{K_{z\text{p} 1}}{K_{z\text{p} 0}} \qquad (1.19)$$

де $K_{z\text{p}}$ - коефіцієнт затоварення готовою продукцією, част.од

D_n – обсяг нереалізованої продукції, од

D_f – обсяг реалізованої продукції на ринку, од

$$K_{em} = \frac{P_d}{W_m} \qquad I_{K_{em}} = \frac{K_{em 1}}{K_{em 0}} - 1 \qquad (1.20)$$

де K_{em} – коефіцієнт ефективності маркетингових заходів, част.од

P_d – прибуток отриманий за допомогою проведення маркетингових заходів, тис грн

W_m – витрати на реалізацію маркетингових заходів, тис. грн

$I_{K_{em}}$ – темп росту коефіцієнту ефективності маркетингових заходів, част.од

Загальний рівень впливу ринкових факторів визначаємо також шляхом переведення значенням темпу росту у бальний вираз (таблиця 1.1, формула 1.8). Умовно позначення ринкового фактор пропонуємо РФ.

$$RF = I_{K_{\Delta P}} + I_{K_{\Gamma\Gamma}} + I_{K_{z\text{p}}} + I_{K_{em}} \qquad (1.21)$$

де РФ – бальний вираз ринкових факторів, бали

$I_{\text{КДР}}$ - бальний вираз темпу росту коефіцієнту ринкової частки, бали

$I_{\text{КГГ}}$ – бальний вираз темпу росту коефіцієнту рентабельності реалізації, бали

$I_{\text{КЗР}}$ - бальний вираз темпу росту коефіцієнту затоварення готовою продукцією, бали

$I_{\text{Кем}}$ – бальний вираз темпу росту коефіцієнту ефективності маркетингових заходів, бали

Отже протягом параграфу було визначено фактори, які визначають рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання. Далі пропонуємо визначити загальний рівень вплив факторів за рахунок інтегрального показника.

$$\text{РКСГ} = \text{ФЕФ} + \text{ТТФ} + \text{ТФ} + \text{РФ} \quad (1.22)$$

де РКСГ – рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання, бали

ФЕФ - рівень фінансово-економічних факторів, бали

ТТФ – техніко-технологічні фактори, бали

ТФ – трудові фактори, бали

РФ – ринкові фактори, бали.

Запропоновано шкалу оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єкту господарювання, яка передбачає сім рівнів (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 – Шкала оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єкту господарювання

Діапазон зміни показника, бали	Рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання
$\text{РКСГ}=68$	Суб'єкту господарювання є лідером на ринку
$50 \leq \text{РКСГ} < 68$	Суб'єкту господарювання є претендує на лідерство на

Діапазон зміни показника, бали	Рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання
	ринку
$40 \leq \text{PKCG} < 50$	Суб'єкту господарювання є «достатньої» конкурентоспроможним
$15 \leq \text{PKCG} < 40$	Суб'єкту господарювання є «недостатньої» конкурентоспроможним
$0 < \text{PKCG} < 15$	Суб'єкту господарювання є «слабко» конкурентоспроможним
$\text{PKCG} = 0$	Суб'єкту господарювання не конкурентоспроможним

Виходячи з вище наведеного, запропоновано методику оцінювання конкурентоспроможності суб'єкту господарювання. Остання засновано на визначенні суми балів за впливом факторів: фінансово-економічних, техніко-технологічних, трудових, ринкових. Розроблено шкалу, яка передбачає сім рівнів. У наступному параграфі пропонуємо дослідити стан конкурентоспроможності суб'єкту господарювання на вітчизняних підприємствах.

1.3. Характеристика стану конкурентоспроможності промислових підприємств (у розрізі харчової промисловості)

Актуальність розвитку кондитерської галузі в Україні пов'язана з тим, що кондитерські вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням. Кондитерські вироби значно відрізняються між собою за складом і споживчими властивостями. Вони є значною частиною раціону харчування людини та користуються сталим попитом, насамперед, завдяки вишуканим смаковим властивостям.

На сьогоднішній день існує низка проблем з якої стикається кондитерська галузь. Серед них:

- фінансові проблеми;
- проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави: зростання цін на цукор як наслідок спроби держави допомогти цукровій промисловості вийти з кризового стану;
- проблеми, пов'язані з російським ринком збуту;
- проблеми, пов'язані з пакуванням кондитерської продукції.

Виходячи з цього, виникає необхідність стратегічного підходу до управління підприємствами кондитерської галузі при виборі напрямку їх розвитку. Диверсифікувавши власну діяльність, підприємство зможе забезпечити досягнення трьох груп економічних цілей: стабілізації, гнучкості та економічного зростання. Головна мета, якої прагнуть досягнути управлінці, полягає у збільшенні вартості підприємства та зростанні доходів акціонерів. Стратегія диверсифікації дасть змогу розвиватися компанії за урахуванням таких чинників:

- стагнація ринку функціонування підприємства: ринок збуту насичений продукцією (послугами), відповідно, спостерігається тенденція скорочення попиту, потужний тиск конкурентів, застарілість виробничого портфелю підприємства або можлива монополізація галузі;

- необхідність інвестування накопиченого капіталу з метою збереження та збільшення його вартості з одного боку та підвищення ефективності функціонування підприємства з іншого шляхом підприємницької експансії;

- необхідність зниження ризиків (істотна залежність від однієї продуктової лінії, циклічний характер основного бізнесу спонукають до пошуку додаткових можливостей забезпечення стабільності підприємства);

- високі бар'єри виходу на світові ринки.

Ряд чинників, які впливають на процес диверсифікації поділяють на внутрішні (стратегічні, економічні, організаційно - управлінські, матеріально - технічні, соціальні, інвестиційно-інноваційні) та зовнішні (споживачі, конкуренти, ринкові коливання, органи державного управління, законодавчо - нормативні акти, глобалізація) чинники [11].

Історично склалося, що підприємства харчової галузі є спеціалізованими і орієнтуються на виробництво і реалізацію кондитерських виробів. Однак ускладнення умов роботи на ринку вимагає створення інтегрованих структур, які включали б в себе підприємства, здатні забезпечувати весь технологічний цикл або виходити в нові привабливі сфери бізнесу.

Ринок кондитерської промисловості України досить структурований та характеризується високим рівнем конкуренції. Кондитерський ринок України сьогодні активно використовує нецінові методи конкуренції. Зараз споживачі більш вимогливо ставляться до солодоців, і все частіше визначальним фактором покупки стає якість виробу, а не його ціна.

Кондитерські вироби – харчові продукти високої калорійності і засвоюваності, мають приємний смак, тонкий аромат, привабливий зовнішній вигляд. Тому актуальним питанням на сьогоднішній день є використання натуральної вітчизняної сировини, придбання найсучаснішого обладнання та впровадження найновіших технологій для виробництва продуктів високої якості.

В даний час конкурентна боротьба, яка загострилася останнім часом на вітчизняному ринку кондитерських виробів змушує промислові підприємства шукати нові можливості підвищення конкурентоспроможності своєї продукції на ринку, однією з яких є диверсифікація. А саме вертикальна диверсифікація, диверсифікація виробництва, технологічного процесу, а також диверсифікація нових ринків збуту.

Серед напрямів диверсифікації кондитерської промисловості України в сучасних умовах виділяють наступні напрямки - диверсифікацією по асортименту ,по ринкам збуту та вертикальну диверсифікацію.

Для кондитерської галузі, насамперед, характерна перша форма. Така диверсифікація сприяє розширенню асортименту продукції, що буде підвищувати конкурентні переваги підприємства. Здійснення диверсифікації, в свою чергу, відбувається через вкладання коштів в інноваційну діяльність

підприємств - розробку нових видів продукції, на проведення маркетингових кампаній, придбання нових технологій тощо.

На рисунку 1.5 наведено розподіл ринку кондитерських виробів України за основними виробниками у 2022 р.

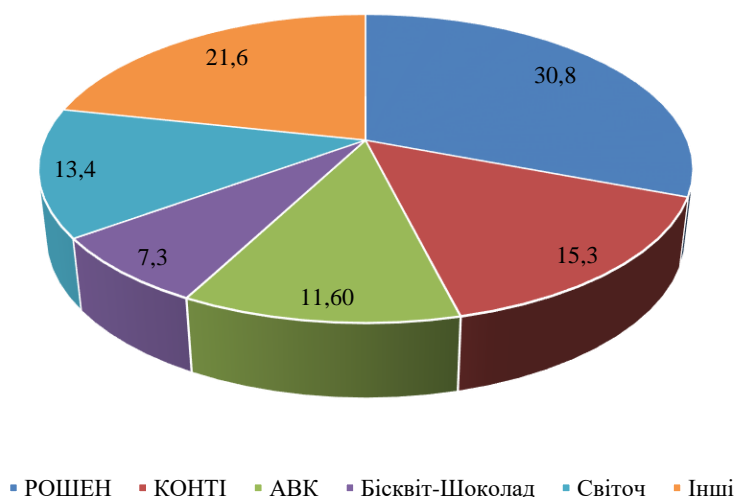


Рисунок 1.5 - Розподіл ринку кондитерських виробів України за основними виробниками у 2022 р.

Діаграма наочно демонструє частку ринку, яку займає кожен виробник шоколаду. Весь круг представляє 100% ринку, а кожен сегмент – частку конкретної компанії.

Найбільшу частку ринку займає компанія "РОШЕН". Його частка становить 30,8%. Друге місце посідає компанія "КОНТИ" з часткою ринку 21,6%. Інші великі гравці: Компанії "Бісквіт-шоколад" та "АВК" також мають значну частку ринку – 13,4% та 11,6% відповідно. Інші виробники: Решта виробників, об'єднаних в категорію "Інші", мають загальну частку ринку 7,3%.

Домінування "Світоч": Доволі вагоми сегмент діаграми належить компанії "Світоч", що підкреслює її лідерські позиції. Конкуренція серед лідерів: Компанії "Рошен", "Конті" та "АВК" мають значно менші, але все ж

помітні сегменти, що свідчить про високий рівень конкуренції серед цих виробників.

Корпорація "Бісквіт-Шоколад" пропонує широкий асортимент цукерок (марки Truffles, "Грильяж", "Жорж", шоколад "Ідеал" та ін.), і займає одну з лідируючих позицій, як ми можемо бачити на рис. 1, а також виступає активним експортером. Зокрема, експортується її ексклюзив - цукерки "Еммі" та "Глорія", виконані з використанням старовинних рецептур і в коробках дизайну 1910 фабриканта Жоржа Бормана, який заснував "Харків'янку". Починаючи з 2005 року корпорація активно впроваджувала стратегію диверсифікації ринків збута і як наслідок, досягла вагомих успіхів, тому що продукція «Бісквіт-шоколад» відома не тільки в Україні, але й у Росії, Казахстані, Вірменії, Грузії, Азербайджані, Молдові, Латвії, Литві, Естонії, Монголії, Сербії, Польщі. Корпорація поставляє свої кондитерські вироби в країни, які є найбільш вимогливими до якості продукції, - в Німеччину, Ізраїль, США, Канаду. В Америці, наприклад, солодощі корпорації «Бісквіт-Шоколад» присутні в торгових мережах з 2000 р. Наступ новорічних і різдвяних свят позначається на оборотах компаній-експортерів українських кондитерських виробів. Не є виключенням і корпорація «Бісквіт – шоколад». У вересні 2010 р. була здійснена перше експортне відвантаження певного виду продукції - новорічних подарунків, і на американський ринок відправлено майже 11 тис. новорічних наборів загальною вагою близько 5 т. В 2014 р. експорт в США склав 16 тис. подарунків вагою більше 8 т. За підсумками першої половини 2015 року «Бісквіт-шоколад» займав найбільшу частку в українському експорті кондитерських виробів в США - 17,9%. Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоздатність на внутрішньому та зовнішньому ринках: продукція цієї галузі задовольняє європейським показникам якості. Високі оцінки якості продукції корпорації "Бісквіт-Шоколад" були неодноразово засвідчені на найпрестижніших міжнародних кондитерських виставках, таких як "ISM" (Кельн, Німеччина), "FMI" (Чикаго, США), "Seal" (Париж, Франція).

Зовнішні відвантаження продукції йшли на 24 країни у 2012 році, у тому числі на нові ринки, серед яких Ірак, Китай, Панама. Незважаючи на несприятливе економічне середовище чистий дохід компанії зменшився всього лише на 5%, склавши 910 млн. грн.. Кризу вдалося подолати завдяки тому, що у попередні роки проводилася активно стратегія диверсифікації. В цілому, за підсумками 2012 року компанія відправила на експорт 42% випущеної продукції, тоді як роком раніше даний показник становив 44%. Найбільші експортні втрати компанія зазнала в Казахстані (відвантаження зменшилися на 37%), і в Росії (14,2%). Враховуючи, заборонне імпорتنе мито на карамель, яке було введене Казахстаном, а також обмеження на ввезення кондитерських виробів з боку інших країн Митного союзу зменшення чистого доходу на 5 % можна вважати не суттєвим. Але при цьому росли поставки в Азербайджан, Вірменію, Туркменістан, Монголію, країни Балтії.

Корпорація "Бісквіт-шоколад" за перше півріччя 2015 р. випустила 29027 т. кондитерських виробів, що на 9% більше аналогічного періоду 2014 р. Приріст забезпечено за рахунок збільшення обсягів виробництва цукристих кондитерських виробів, які в свою чергу відбулися через грамотно проведену вертикальну диверсифікацію . Зокрема, обсяги продажів в Україні зросли на 30%. Експорт до країн Євросоюзу зріс на 90%.

Як зазначили в корпорації, основний приріст зовнішніх поставок досягнутий за рахунок продажів в країни Балтії, а також до європейських країн, в першу чергу Німеччину, Румунію, Болгарію та Польщу. Зростання продажів показали також Молдова і Монголія, країни Близького і Далекого Сходу.

Корпорація збирається почати поставки гіркого шоколаду в Японію. Планує укласти угоду про постачання вафельної продукції в Таїланд, а також про постачання ряду кондитерських виробів в Арабські Емірати.

Корпорація проводить активно стратегію диверсифікації виробництва. Серед робіт, проведених технічними та технологічними службами підприємства найбільш вагомими є: модернізація лінії по виробництву

цукрового печива з реконструкцією печі та встановленням відсаджувальної машини для виробництва здобних сортів печива та печива з наповнювачами; модернізація лінії з виробництва зтяжних сортів печива з заміною печі та збільшенням виробничих потужностей. Придбані та введені в експлуатацію: нова вафельна лінія австрійської фірми ХААС; нова відсадна машина для здобного печива; спіральний охолоджувач для охолодження здобних сортів печива; нова італійська тістомісильна машина; нова пакувальна машина для вафель; маслорозбризкуюча установка на лінію з виробництва крекера; два нові автомати для пакування в коробку зтяжного печива та пирогів; обладнання для пакування цукрового печива « на ребро»; установка для пакування глазурованих вафель; млин для розмолу цукру, палетизатор, система охолодження у тортове відділення вафельного цеху [12].

Обґрунтоване здійснення стратегії диверсифікації при випуску та просуванні кондитерських виробів дозволяє промисловим підприємствам розширити асортимент продукції, що випускається. Диверсифікація технологічного процесу за рахунок використання сучасного високотехнологічного обладнання дозволяє домогтися зниження собівартості готової продукції. Вертикальна диверсифікація допомагає знизити собівартість сировини.

Застосувавши ці види диверсифікації підприємство «Бісквіт-Шоколад» реалізує 398 позиції кондитерських виробів. Протягом 2015 року по борошняним виробам введено близько 20 нових позицій, у порівнянні з 2013 р., коли було введено всього лише 13 нових позицій та знято з виробництва 13 (у 2013 р. – 12), по цукристим кондитерським виробам було також введено нові позиції, при цьому було виведено деякі позиції та змінено найменування асортиментних позицій, відбувалися зміни дизайну етикету та інші, вироблялася продукція на замовлення українських та закордонних торговельних мереж.

Завдяки цим заходам, чистий прибуток у 2015 році становив 176,479 млн. грн., у порівнянні з 2014 р. збільшився майже на 31,8 млн. грн. [15].

При чому здійснена диверсифікація не вимагала скільки-небудь значимих змін у виробничому процесі перенавчання персоналу та зміни комунікаційних засобів просування оновленої продукції.

Український ринок кондитерських виробів відчуває тиск з боку ринку цукру і ринку меду, а також тиск з боку снєків (товарів типу "фастфудів", що відрізняються двома головними перевагами: здатністю швидко вгамувати голод і зручністю вживання поза домом) [16]. Задля вдалого проведення диверсифікації виробництва корпорація «Бісквіт – шоколад» враховує смаки споживачів. Саме тому вона ввела на ринок давно відомі споживачеві види крекерів в новій «снековій» упаковці. Якщо в 2009 році попит на крекери зменшувався, то у 2010 р. активно зростає: ринок борошняних кондитерських виробів за підсумками п'яти місяців 2010 р. зріс лише на 4%, а крекерів - на 34%. Вміння своєчасно реагувати на тенденції ринку є одним з факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Так в умовах кризи у 2010 році найбільшим попитом користувалися якісні продукти середнього цінового сегменту.

Орієнтуючись на цю тенденцію, «Бісквіт-Шоколад» випустила давно відомі споживачеві продукти: крекери «Ніжний», «Пасьянс», «Буковка», «Цибулька» та печиво «Зоологічне», - в розфасовці по 180 г. і новій яскравій упаковці. Така розфасовка відповідає запитам покупців та дає їм можливість розглядати продукт в якості швидкого втамування голоду.

В першу чергу корпорація розраховувала, що вироби в новій «снековій» упаковці привернуть додаткову увагу молодіжної аудиторії. Наслідком диверсифікації є те, що виробництво крекерів налаштовано на автоматизованій італійській лінії «Орланді», для запуску якої на ХБФ було фактично збудовано новий цех. Завдяки використанню сучасної техніки, яка була придбана у наслідок диверсифікації виробництва, компанія випускає кондитерські товари високої якості, які можуть сміло конкурувати з іноземними конкурентами [12].

Більшість кондитерських виробів володіють такою конкурентною перевагою, як зручність вживання поза домом.

Ринок кондитерських виробів, крім впливу снекової продукції, відчуває вплив ринку функціональних продуктів харчування, який динамічно розвивається, як і ринок снєків, почав розвиватися в країнах Західної та Східної Європи у зв'язку зі світовою тенденцією прагнення споживачів до здорового способу життя.

Функціональні харчові продукти - це продукти, призначені для систематичного вживання в харчових раціонах усіма групами здорового населення, що знижують ризик розвитку пов'язаних з харчуванням захворювань завдяки наявності в їх складі харчових функціональних інгредієнтів, що володіють здатністю надавати сприятливі ефекти на одну або декілька фізіологічних функцій і метаболічних реакцій організму людини [17].

Таким чином, функціональні кондитерські вироби, це один із сегментів ринку функціональних продуктів харчування. Створення функціональних кондитерських виробів покликане подолати головний недолік традиційних кондитерських виробів - дисбаланс між високою енергетичною цінністю і відсутністю вітамінів і мікроелементів, необхідних для нормального функціонування організму людини, які неминуче гинуть в процесі виробництва кондитерських виробів.

Проведені дослідження показали, що продовольчий ринок України схильний до впливу двох тенденцій: збільшених вимог споживачів до зручності вживання харчових продуктів поза домом і прагненню споживачів до здорового способу життя. Дані тенденції сприяють розвитку ринку снєків і ринку функціональних продуктів харчування, і відповідно, кондитерським підприємствам слід розглянути диверсифікацію, щоб забезпечити інтереси споживача і не втратити інтерес з його боку.

Ринок кондитерських виробів, будучи частиною продовольчого ринку, також відчуває на собі вплив загальних тенденцій останнього, з чого

впливає, що в найближчому майбутньому слід очікувати збільшення сегмента функціональних кондитерських виробів. Корпорація «Бісквіт – шоколад» у 2010 році зареєструвала торговий знак «Збагачене харчування», під яким зараз виготовляє нову серію функціональних продуктів. Першим функціональним продуктом, який корпорація вивела на ринок стали бісквіти, збагачені селеном. ХБФ першою в Україні опанувала випуск бісквітної продукції і сьогодні є найбільшим національним виробником цих кондитерських виробів. Завдяки диверсифікації виробництва, а саме після реконструкції італійської лінії «Сасіб Бейкері», виробнича потужність якої було збільшено на 50%, з 12 до 18 тон на добу, що підвищило ефективність виробництва [12].

Проведення стратегії диверсифікації продуктового асортименту дозволяє корпорації «Бісквіт - шоколад» забезпечувати конкурентні переваги протягом довгого часу. Серед них: відомість бренду; точне позиціонування на ринку; традиції виробництва в сегменті борошняної продукції лояльність споживачів; висока зацікавленість робітників – власників акцій підприємства; висока якість продукції, збільшення смакових різновидів продукції; сертифікат ISO; досвід роботи на зовнішніх ринках. Завдяки проведенню диверсифікації ринків збуту корпорація «Бісквіт – шоколад» є одним із головних експортерів кондитерських виробів, поставляючи свою продукцію у 25 країн світу. За підсумками 2014 року корпорація відправила на експорт 41% випущеної продукції, а це в умовах кризи, тоді як роком раніше цей показник був 45 %. Але корпорація і надалі планує проводити диверсифікацію ринків збуту та завдяки цьому планується зростання продажів і як наслідок збільшення прибутку.

Використання високоякісної сировини, яку «Бісквіт – шоколад» отримує внаслідок вдалої вертикальної диверсифікації, встановлення обладнання кращих фірм світу та впровадження найновіших технологій, підвищення якості продукції, а також розширення асортименту завдяки проведенню горизонтальної диверсифікації виробництва дає змогу

корпорації «Бісквіт-шоколад» займати лідируючу позицію на ринку кондитерських виробів протягом довгого часу, а також підвищувати свій прибуток.

Висновок до розділу 1.

Розділ присвячений теоретичному та методичному обґрунтуванню сутності, оцінювання та аналізу стану конкурентоспроможності промислових підприємств, зокрема в контексті кондитерської галузі. У першому підпараграфі було розглянуто основні наукові підходи до визначення конкурентоспроможності, що враховують як внутрішні характеристики підприємства (ресурсний потенціал, управлінські компетенції, інноваційну діяльність), так і зовнішні фактори (кон'юнктура ринку, поведінка споживачів, дії конкурентів).

Другий підпараграф зосередився на методичних аспектах оцінювання конкурентоспроможності, акцентуючи увагу на кількісних і якісних методах аналізу. Серед ключових підходів виділено: бенчмаркінг, SWOT-аналіз, методику оцінювання ринкової частки, а також багатокритеріальну оцінку з використанням інтегральних показників.

У третьому підпараграфі була проведена характеристика сучасного стану конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі. Проаналізовано специфіку функціонування галузі, визначено сильні й слабкі сторони підприємств, а також ключові виклики, пов'язані з підвищенням ефективності виробництва, розвитком інновацій і розширенням експортного потенціалу.

Таким чином, у розділі систематизовано наукові знання про конкурентоспроможність, запропоновано інструменти її оцінювання та проаналізовано практичні аспекти підвищення рівня

конкурентоспроможності промислових підприємств на прикладі кондитерської галузі.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОКАЗНИКІВ ТА АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ»

2.1. Аналіз показників техніко-економічного стану ТОВ «ЛКФ «Світоч»

ТОВ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» (далі ТОВ «ЛКФ «Світоч») є одним з провідних виробників кондитерських виробів в Україні. Фабрика була заснована 10 травня 1994 року і зареєстрована в місті Львові. Основний вид діяльності компанії включає виробництво шоколаду, цукрових кондитерських виробів, а також борошняних кондитерських виробів, таких як торти та тістечка тривалого зберігання.

Основні напрямки діяльності: виробництво кондитерських виробів, оптова торгівля, виробництво напоїв.

Фабрика спеціалізується на виготовленні шоколаду, цукерок, печива та інших солодощів. Це включає як традиційні рецепти, так і нові розробки. Компанія займається неспеціалізованою оптовою торгівлею продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Включає виготовлення чаю та кави, що доповнює асортимент продукції.

На даний момент ТОВ «ЛКФ «Світоч» має статус підприємства, що перебуває в стані припинення. Це може свідчити про реорганізацію або зміни в управлінні компанії. Важливо зазначити, що фабрика не володіє правами на торгові марки і виступає як виробник продукції на замовлення інших компаній групи Nestlé.

Таким чином, ТОВ «ЛКФ «Світоч» продовжує залишатися значущим гравцем на ринку кондитерських виробів в Україні, незважаючи на поточні зміни в її статусі.

Таблиця 2.1 – Основні техніко-економічні показники ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення				Відносне відхилення, %			
						2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Чистий дохід від реалізованої продукції, тис грн	2440593	2560385	2572657	2635805	2538810	119792,	12272,0	63148,00	-96995,0	4,91	0,48	2,45	-3,68
Валовий прибуток, тис грн	232896	261111	243416	248465	414979	28215,0	-17695,0	5049,00	166514,0	12,11	-6,78	2,07	67,02
Собівартість реалізації продукції, тис грн	2207697	2299274	2329241	2387340	2123831	91577,0	29967,0	58099,00	-263509	4,15	1,30	2,49	-11,0
Рентабельність продукції	10,55	11,36	10,45	10,41	19,54	0,81	-0,91	-0,04	9,13	x	x	x	x
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	1019	1044	969	887	778	25,00	-75,00	-82,00	-109,00	2,45	-7,18	-8,46	-12,2
Продуктивність праці, грн на особу	2395,09	2452,48	2654,96	2971,60	3263,25	57,39	202,48	316,63	291,66	2,40	8,26	11,93	9,81
Середньорічна вартість основних засобів, тис грн	441303	680786	812717,5	822958	813810	239483,	131931	10241,00	-9148,50	54,27	19,38	1,26	-1,11
Фондовіддача, грн на грн	5,53	3,76	3,17	3,20	3,12	-1,77	-0,60	0,04	-0,08	-32,00	-15,8	1,18	-2,60
Фондомісткість, грн на грн	0,18	0,27	0,32	0,31	0,32	0,09	0,05	0,00	0,01	47,05	18,81	-1,17	2,67
Фондоозброєність, тис. грн на особу	433,07	652,09	838,72	927,80	1046,03	219,02	186,62	89,08	118,23	50,57	28,62	10,62	12,74
Рентабельність основних засобів, %	28,83	10,35	11,22	x	16,80	-18,48	0,88	x	x	x	x	x	x
Фонд оплати праці, тис грн	171985	217875	231 759,00	230060	247045	45890,0	13884,0	-1699,00	16985,00	26,68	6,37	-0,73	7,38
Середньомісячна зарплата, тис грн	14,06	17,39	19,93	21,61	26,46	3,33	2,54	1,68	4,85	23,65	14,61	8,44	22,43
Чистий фінансовий результат (збиток), тис. грн.	127222	70444	91227	-127993	136701	-56778	20783,0	-219220	264694,0	-44,63	29,50	-240,	-206
Рентабельність активів %	7,80	3,71	4,62	x	5,92	-4,09	0,91	x	x	x	x	x	x
Витрати на одиницю товарної продукції, грн на грн	0,90	0,90	0,91	0,91	0,84	-0,01	0,01	0,00	-0,07	-0,72	0,82	0,04	-7,64
Середньорічна вартість активів, тис грн	1631249,0	1900335,5	1974912,5	2173759	2309989	269086	74577,0	198846,5	136230,0	16,50	3,92	10,07	6,27

Показники, що характеризують техніко-економічний стан ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. наведено у таблиці 2.1. Першим кроком виконаємо аналіз доходів підприємства.

ТОВ «ЛКФ «Світоч» займається виробництвом та реалізацією кондитерських виробів. Також значна частина доходу підприємство отримує за рахунок реалізації кави та кавових виробів. Географія реалізації продукції не обмежується лише Україною. Споживачами ТОВ «ЛКФ «Світоч» є країни Східної та Північної Європи, а також країни Азії.

Загалом протягом 2019-2023 рр. маємо зростання чистого доходу від реалізації продукції з 2440593 тис. грн до 2538810 тис. грн. (або на 4,02%). Для більш точно розуміння динаміки чистого доходу від реалізації продукції пропонуємо розглянути формування чистого доходу у розрізі асортименту та географії (рисунок 2.2). На рисунку 2.1 наведено обсяг отриманого чистого доходу отриманого від реалізації різних категорій товарів. У таблиці 2.2 наведено отриманого чистого доходу отриманого від реалізації різних категорій товарів питома вага у загальній виручці за 2019-2023 рр.

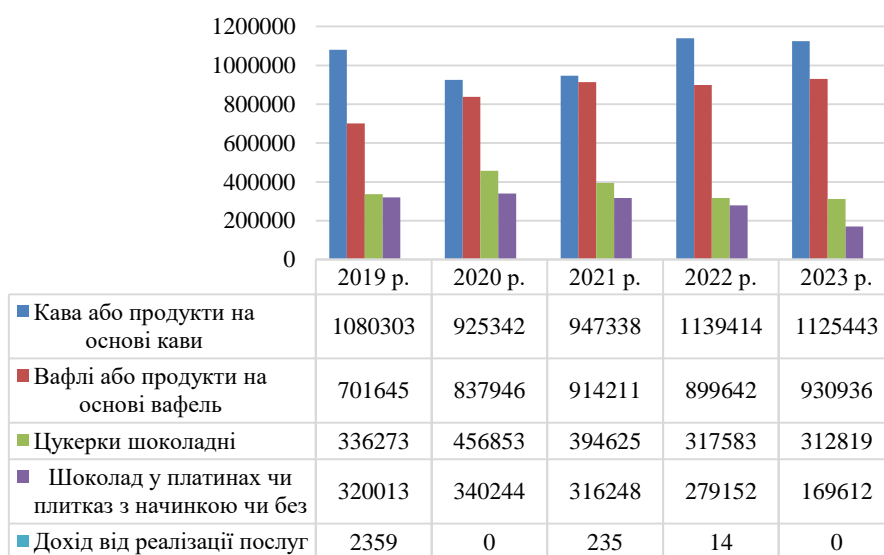


Рисунок 2.1 - Обсяг отриманого чистого доходу отриманого від реалізації різних категорій товарів ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Отже відповідно до даних наведених на рисунку 2.1 маємо зростання чистого доходу отриманого від реалізації кави та продуктів на основі кави. Дохід у 2019 р. становив 1080303 тис. грн і на кінець 2023 р. зростає до 1125443 тис грн (або на 4,17%). Разом з тим маємо приріст і питомої ваги даної категорії товарів з 44,26% у 2019 р. до 44,33% у 2023 р.

Таблиця 2.2 – Структура обсягу реалізації продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» за асортиментом

Категорія товарів	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Кава або продукти на основі кави.%	44,26	36,14	36,82	43,23	44,33
Вафлі або продукти на основі вафель, %	28,75	32,73	35,54	34,13	36,67
Цукерки шоколадні, %	13,78	17,84	15,34	12,05	12,32
Шоколад у платинах чи плитка з начинкою чи без, %	13,11	13,29	12,29	10,59	6,68
Дохід від реалізації послуг, %	0,10	0,00	0,01	0,00	0,00

Аналізуючи обсяг отриманого доходу від реалізації «Вафлі або продукти на основі вафель», зазначимо позитивну тенденцію до зростання. А саме у 2019 р. дохід складав 701645 тис. грн. або 28,75% від загальної виручки.. Потім у 2020 р. маємо зростання доходу на 19,4%, що призвело до збільшення питомої ваги «Вафлі або продукти на основі вафель» у загальній виручці до 32,73%. В свою чергу на кінець 2023 р. маємо зростання доходу отриманого від реалізації вафель до 930936 тис. грн і зростання питомої ваги до 36,67%.

В свою чергу скорочується дохід отриманий від «Цукерок шоколадних» з 336273 тис. грн до 312819 тис. грн. або на 7% протягом 2019-2023 рр. Значного зниження надуває дохід отриманих від реалізації «Шоколад у платинах чи плитка з начинкою чи без». А саме у 2019 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» отримувало дохід від продажу шоколаду у обсязі 320013 тис. грн і вже на кінець 2023 р. останній знижується до 169612 тис грн (або на 47%). Така тенденція вказує на переорієнтацію виробництва на користь «Вафлі або продукти на основі вафель».

Наступним кроком виконаємо аналіз ринків на яких ТОВ «ЛКФ «Світоч» реалізує свою продукцію. Як видно із рисунку 2.2, найбільша частина продукції реалізуються на ринках країн Східної Європи та України. У 2019 р. питома вага останньої становить 96,6% і на кінець 2023 р. зростає до 99,43%. Що є негативним явищем, адже вказує на зниження конкурентоспроможності продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» на ринках Азії та Західної Європи.

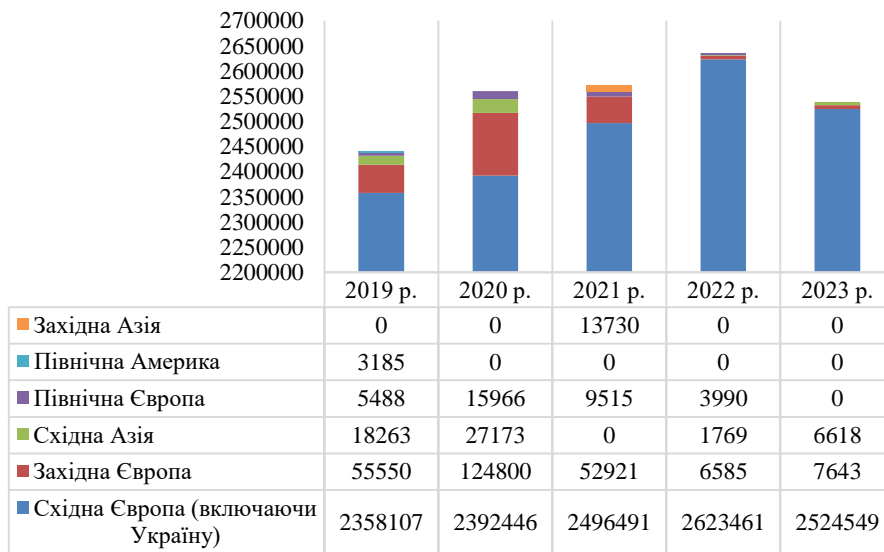


Рисунок 2.2 – Географічні регіони за якими отримано дохід від реалізації продукції

Також зниження чистого доходу від реалізації на міжнародні ринки знижує обсяг валютної виручки та цим скорочує загальну доходність у вітчизняній валюті.

Наступним кроком пропонуємо виконати аналіз собівартості реалізованої продукції. Загальна її зміна наведена у таблиці 2.1. Загалом маємо зниження собівартості реалізованої продукції протягом 2019-2023 р. на ТОВ «ЛКФ «Світоч» з 2207697 тис. грн. до 2123831 тис. грн. (або на 3,8%). Враховуючи зростання чистого доходу від реалізації на 4,02%, зниження собівартості є позитивним явищем та вказує на вдалу оптимізацію

витрат. Останнє також підтверджується скороченням витрат на 1 грн товарної продукції з 0,9 грн на грн до 0,84 грн на грн або на 7,5% (рисунок 2.3).

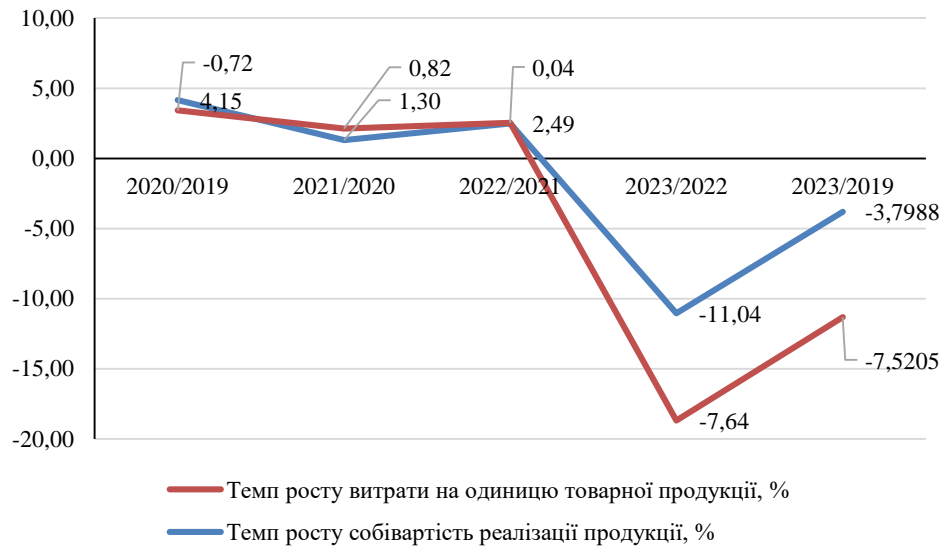


Рисунок 2.3 – Географічні регіони за якими отримано дохід від реалізації продукції

Наступним кроком пропонуємо детальніше дослідити собівартість реалізованої продукції з метою пошуку напрямків оптимізації останньої. У таблиці 2.3 наведено складові собівартості реалізованої продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Отже маємо, що найбільша частина витрат собівартості реалізованої продукції припадає на «Сировину та матеріали». Останні у 2019 р. складала 83,4% і на кінець 2023 р. знизилась до 77,6%. У грошовому виразі також просліджується скорочення витрат на сировину і матеріали з 1841222 тис. грн до 1648122 тис. грн (або на 10%). Разом з тим маємо зростання витрат на заробітною плату виробничих робітників з 172131 тис. грн до 254821 тис. грн або на 48%. Зростання витрати на оплату праці відбувається разом із зниженням численності працівників.

Таблиця 2.3 – Складові собівартості реалізованої продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Складові собівартості реалізованої продукції, тис .грн.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відносне відхилення, %			
						2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
Сировина та матеріали	1841222	1845918	1841641	1900876	1648122	0,26	-0,23	3,22	-13,30
Заробітна плата та пов'язані витрати	172131	224996	241820	238098	254821	30,71	7,48	-1,54	7,02
Амортизація необоротних активів	42943	62332	74940	77851	84221	45,15	20,23	3,88	8,18
Газ, енергія	42798	37294	75833	103095	66971	-12,86	103,34	35,95	-35,04
Ремонт та обслуговування необоротних активів	31628	42660	26973	23414	29027	34,88	-36,77	-13,19	23,97
Послуги зберігання товарно-матеріальних цінностей	7795	11450	9620	9048	10150	46,89	-15,98	-5,95	12,18
Витрати на підтвердження відповідності продукції	5526	5429	5233	4470	9549	-1,76	-3,61	-14,58	113,62
Послуги пакування та допоміжні роботи	52974	48147	34021	18446	6800	-9,11	-29,34	-45,78	-63,14
Витрати на послуги по утриманню виробничих приміщень	1654	3781	3536	3835	3654	128,60	-6,48	8,46	-4,72
Інші накладні виробничі витрати	9026	5104	7070	8207	10516	-43,45	38,52	16,08	28,13
Транспортування працівників	0	12163	8554	0	0	x	-29,67	x	x
Разом	2207697	2299274	2329241	2387340	2123831	4,15	1,30	2,49	-11,04

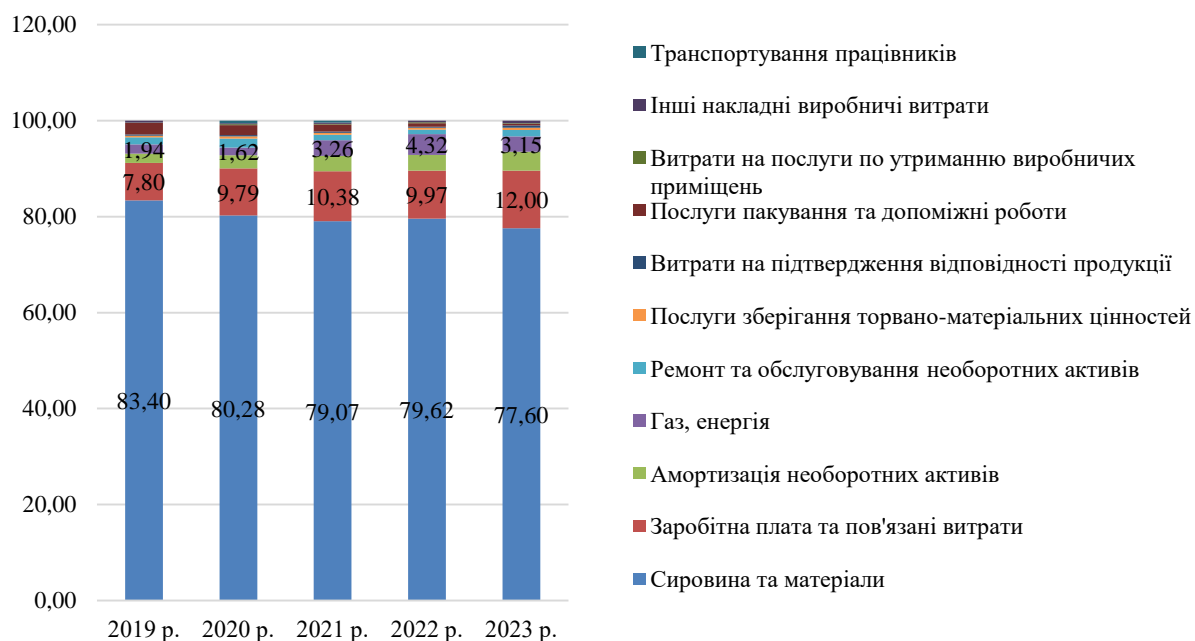


Рисунок 2.4 – Структура собівартості реалізованої продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Чисельність працівників на ТОВ «ЛКФ «Світоч» протягом 2019-2023 рр. знижується з 1019 осіб у 2019 р. до 778 осіб у 2023 р. (або на 23,56%). При чому зростання заробітної плати складає 88,13% протягом аналогічного періоду (таблиця 2.1). Отже можна стверджувати про раціональність використання людського капіталу на ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Також маємо зростання витрат на амортизацію необоротних активів. Остання у 2019 р. складала 42943 тис. грн. В свою чергу на кінець 2023 р. маємо зростання амортизації до 84221 тис. грн, що вказує на зростання зносу основних засобів.

У цьому контексті виконано аналіз ефективності використання основних засобів (таблиці 2.1). Проаналізовано динаміку середньорічної вартості основних засобів, фондівіддачу і фондомісткість. Виконано аналіз коефіцієнту фондоозброєності праці. Результати темпу росту вище наведених показників наведено на рисунку 2.5. Отже як зазначено у таблиці 2.3 маємо зростання вартості амортизаційних відрахувань у собівартості реалізованої продукції.

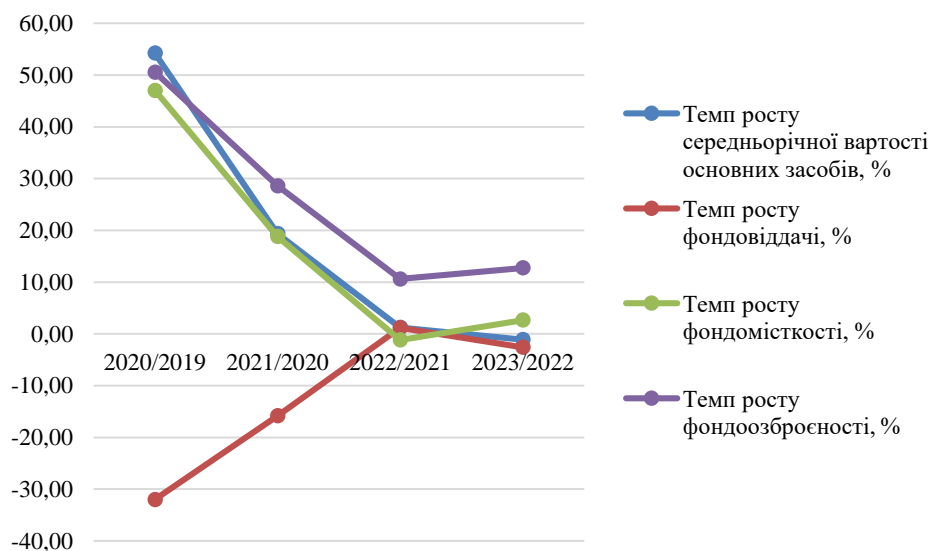


Рисунок 2.5 – Темп росту ефективності використання основних засобів на ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Разом з тим маємо зниження показника фондівдачі з 5,53 грн на грн у 2019 р. до 3,12 грн на грн у 2023 р. (таблиця 2.1). Найбільше зниження припадає на 2020 р. (-32%) і на кінець 2023 р. останній скорочується і навіть показує позитивну динаміку у 2022 р. Така тенденція є наслідком зростання вартості основних засобів.

Аналізуючи інші складові собівартості реалізованої продукції зазначимо, що найбільш зниження за останні п'ять років відбулось за статтею «Ремонт та обслуговування необоротних активів» (на 8%). Найбільше зростання з статтею «Витрати на послуги по утриманню виробничих приміщень» (більше ніж у 2 рази).

Також неможна оминати впливу зниження собівартості реалізованої продукції на валовий дохід. Останній у 2019 р. складав 232896 тис. грн. і наступні роки мав тенденцію до зростання. На кінець 2023 р. маємо валовий прибуток 414979 тис. грн., що 78,18% більше ніж на початок дослідного періоду.

Загалом зростання валового доходу не є показником ефективності діяльності підприємства. Тому виконано аналіз зміни чистого фінансового результату ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. На рисунку 2.6 зображено динаміку останнього.

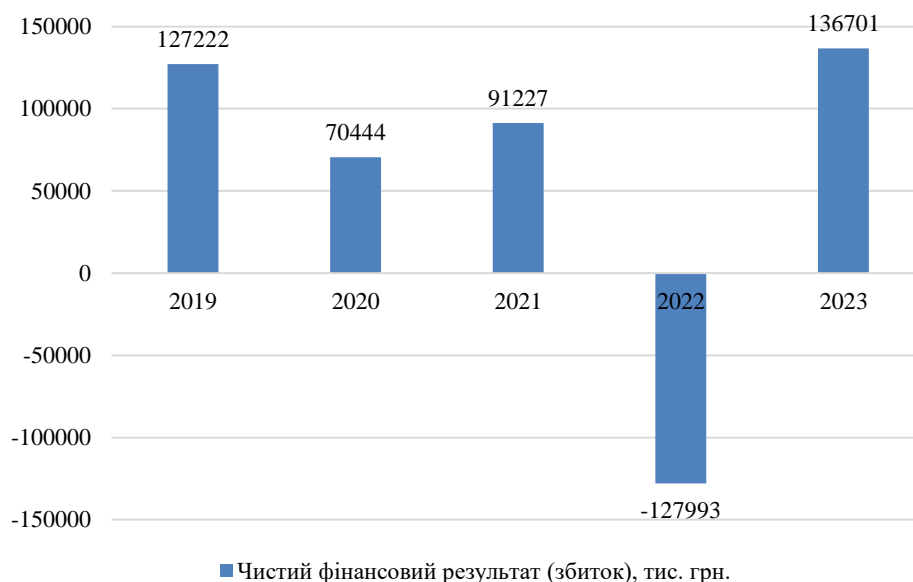


Рисунок 2.6 – Чистий фінансовий результат ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Отже маємо, що на протязі 2019-2021 рр. аналізоване підприємство отримувало прибуток і було рентабельне. На кінець 2022 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» отримало збиток у сумі 127993 тис. грн., що є наслідком зростання витрат підприємства. За результатами роботи у 2023 р. аналізоване підприємство отримало прибуток у розмірі 136701 тис. грн.

Виходячи з цього можна визначити рентабельність діяльності. Розраховано показники рентабельності: основних засобів, продукції, активів та фонду оплати праці.

Таким чином у 2019 р. можна визначити всі перелічені показники рентабельності, адже ТОВ «ЛКФ «Світоч» було рентабельним. Як свідчать розрахунки, найбільший показник рентабельності присутній за рентабельністю фонду оплати праці (73,97%). Показник рентабельності

активів також на достойному рівні і складає 7,8%. Наступні роки показують зниження всіх розрахованих коефіцієнтів.

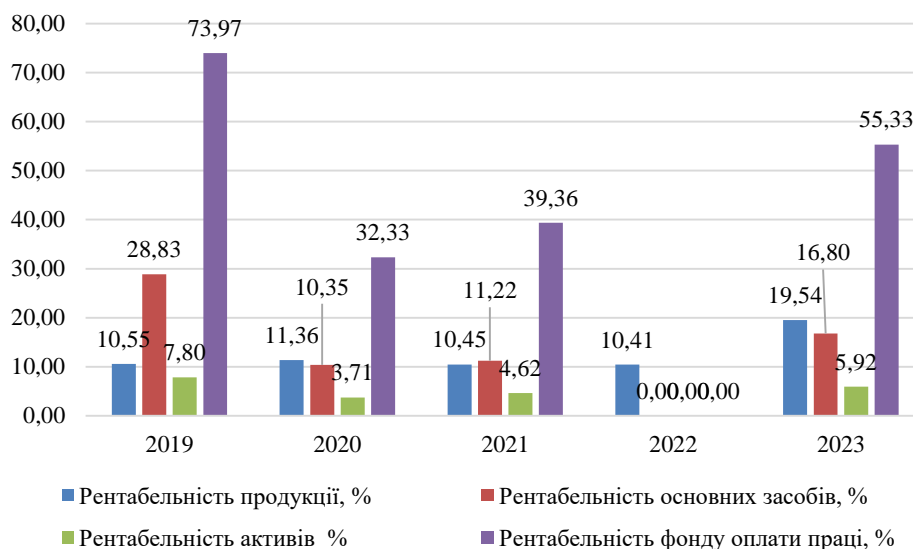


Рисунок 2.7 – Показники рентабельності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

У 2020 р. найбільше скорочення притаманне коефіцієнту рентабельності фонду оплати праці (з 73,97% до 32,33%), що є наслідком скорочення чистого фінансового результату. Разом з тим маємо незначне зростання рентабельності продукції (з 10,57% до 11,36%). Наступний 2022 р. був збитковим, отже визначається показник рентабельності продукції (складає 10,41%). На кінець 2023 р. маємо прибуток, а отже позитивну динаміку щодо показників рентабельності.

Підводячи підсумок аналізу показників техніко-економічного стану, зазначимо що протягом 2019-2023 рр. ТОВ «ЛКФ «Світоч» ефективно використовувати наявні у нього ресурси. У наступному параграфі, пропонуємо виконати аналіз його конкурентоспроможності за методикою, що розкрита у параграфі 1.2.

2.2. Оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Першим кроком при оцінюванні рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» треба зазначити її основних конкурентів, адже виробництво кондитерських виробів є дуже насиченим ринком.

Один з найбільших виробників кондитерських виробів в Україні є Корпорація «Рошен», яка відома своїми шоколадними виробами та цукерками. Рошен має значну частку на ринку і активно просуває нові продукти.

До складу Корпорації входять провідні виробничі майданчики, як в Україні, так і за її межами. Серед них українські фабрики у Києві, Кременчуці, Борисполі та два сучасні заводи у Вінниці. Окрім того, Корпорація володіє Клайпедською кондитерською фабрикою в Литві та Bonbonetti Choco Kft у Будапешті, Угорщина. Важливим елементом успішної діяльності є Вінницький молочний завод, який постачає фабрики натуральною та високоякісною молочною сировиною, забезпечуючи стабільність і високу якість продукції.

Кондитерська фабрика «АВК», ще один великий гравець на ринку, який спеціалізується на виробництві цукерок, шоколаду та печива. АВК також має розвинену мережу дистрибуції.

У 2020 році компанія АВК вийшла на ринок здорового харчування, презентувавши перший унікальний мультизлаковий снєк – BRUNCH. Це інноваційний продукт без білого цукру, пальмової олії та розпушувачів, який втамовує голод до 4-х годин. Він рекомендований МОЗ України та Асоціацією Дієтологів України. Снєк містить до 92% злаків у корпусі та 100% натуральні начинки на основі сиру, овочів, фруктів і ягід.

У 2021 році АВК представила новий продукт – рослинне м'ясо DREAMEAT, яке є здоровою альтернативою тваринному м'ясу. DREAMEAT містить білок, залізо та фосфор, відповідаючи всім вимогам VEGAN сертифікації V-Label.

АВК стала першим українським виробником шоколаду з міжнародною VEGAN сертифікацією. Компанія пропонує такі відомі бренди як Королівський Шарм, Trufalie, Трюфель АВК, Шоколадна ніч, KRESKO, Бам-Бук, Мажор та інші. Піклуючись про здоров'я споживачів, АВК створила широкий асортимент діабетичних продуктів, серед яких молочний та екстрачорний шоколад, а також батончики без цукру.

Кондитерська фабрика «Меркурій» – лідер у виробництві широкого асортименту льодяників на паличці в Україні, заснована у 1990 році як мале підприємство. Виробництво знаходиться в селі Балаклея, Черкаської області, а головний офіс – у місті Сміла. Бренд «Roks» став символом нашої продукції з моменту запуску виробництва льодяників у 1999 році.

Вже у 2000 році «Меркурій» здійснив перший експорт, а з 2003 року продукція успішно постачається в мережу «Метро» в Україні. На міжнародній арені «Roks» дебютував у 2007 році на виставці ISM у Кельні. У 2015 році продукція почала надходити в мережу «Ашан». У 2017 році завершили будівництво нового виробничого корпусу площею 6 300 м². Модернізація фабрики дозволила значно підвищити продуктивність та впровадити енергоощадні технології. Виробничі процеси відповідають міжнародним стандартам якості та безпеки харчових продуктів IFS Food Version 6.1 та BRCGS.

Кондитерська фабрика «Слава» є українським виробником кондитерських виробів, що спеціалізується на виготовленні цукерок, тістечок, печива та інших солодоців. Фабрика активно працює на ринку з моменту свого заснування, пропонуючи продукцію, яка поєднує традиції української кондитерської справи з сучасними технологіями виробництва.

Асортимент продукції Кондитерської фабрики «Слава» передбачає широкий спектр кондитерських виробів, включаючи: цукерки, тістечка, печиво, шоколадні вироби. Ця різноманітність дозволяє задовольнити смаки різних споживачів і підтримувати конкурентоспроможність на ринку. Фабрика оснащена сучасним обладнанням, яке відповідає міжнародним стандартам якості. Це забезпечує високу продуктивність і контроль якості на всіх етапах виробництва. Виробничі процеси включають використання високоякісних сировин та дотримання строгих технологічних норм. Перераховані конкуренти, це є одними із найвагомішими гравцями на ринку солодоців.

Наступним кроком переходимо до визначення рівня конкурентоспроможності підприємства на базі методики, що була запропоновано у параграфі 1.2. Отже, рівень конкурентоспроможності визначається як сума балів, що були набрана підприємством за факторами: фінансово-економічним фактором, техніко-технологічні фактори, трудові фактори та ринковими факторами.

Першим кроком виконаємо розрахунок фінансово-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Таблиця 2.4 – Розрахунок коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Фінансово-економічні фактори	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, част.од 2023 р. – 2019 р.
коефіцієнт рентабельності продукції	0,058	0,031	0,039	-0,054	0,064	0,007
коефіцієнт загальної ліквідності	4,002	1,626	1,703	3,792	2,216	-1,786
коефіцієнт фінансової напруженості	0,142	0,320	0,303	0,289	0,433	0,290
коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	3,536	3,805	3,594	3,263	3,047	-0,489
коефіцієнт інкасації кредиторської	10,481	7,315	10,825	9,768	4,845	-5,636

Фінансово-економічні фактори	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, част.од 2023 р. – 2019 р.
заборгованості						
коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,496	1,347	1,303	1,213	1,099	-0,397
коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	2,964	1,923	3,012	2,993	1,590	-1,374

Отже відповідно до отриманих результатів маємо, що протягом 2019-2023 р. коефіцієнт рентабельності продукції зростає на 0,07 част.од. В свою чергу коефіцієнт загальної ліквідності навпаки знижується на 1,786 част.од разом з тим залишається відповідність до нормативу. Також зниження відбувається за показниками інкасації дебіторської заборгованості (на 0,498 част.од) та кредиторської заборгованості (на 5,636 част.од). Загальна оборотність оборотних активів також знижується з 1,496 разів на рік до 1,099 разів на рік.

Наступник кроком зробити переведення розрахованих коефіцієнтів у бали, і для цього першим кроком визначимо темп росту наведених показників. Використовуючи розроблену шкалу переведемо темп росту у бали (таблиця 1.1).

У таблиці 2.5 приведено розраховані темпи росту коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Таблиця 2.5 – Темпи росту коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Фінансово-економічні фактори	2020 р. / 2019 р.	2021 р. / 2020 р.	2022 р. / 2021 р.	2023 р. / 2021 р.
коефіцієнт рентабельності продукції	-0,468	0,278	-2,369	-2,201
коефіцієнт загальної ліквідності	-0,594	0,047	1,227	-0,416
коефіцієнт фінансової напруженості	-1,254	0,055	0,044	-0,494

Фінансово-економічні фактори	2020 р. / 2019 р.	2021 р. / 2020 р.	2022 р. / 2021 р.	2023 р. / 20212 р.
коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	0,076	-0,055	-0,092	-0,066
коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості	-0,302	0,480	-0,098	-0,504
коефіцієнт оборотності оборотних активів	-0,099	-0,033	-0,069	-0,094
коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	-0,351	0,566	-0,006	-0,469

Наступним кроком виконаємо переведення значення темпу росту показників у бали за запропонованою шкалою (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Бальний вираз темпу росту коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Фінансово-економічні фактори	2020 р. / 2019 р.	2021 р. / 2020 р.	2022 р. / 2021 р.	2023 р. / 20212 р.
коефіцієнт рентабельності продукції	0	1	0	0
коефіцієнт загальної ліквідності	0	1	1	0
коефіцієнт фінансової напруженості	0	1	1	0
коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	1	0	0	0
коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості	0	1	0	0
коефіцієнт оборотності оборотних активів	0	0	0	0
коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	0	2	0	0
Разом	1	6	2	0

Отже відповідно до таблиці 2.5 та 2.6 маємо можливість визначити загальнику суму балів, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» набрало за вплив фінансово-економічних факторів на рівень конкурентоспроможності.

Наступним кроком виконаємо розрахунок коефіцієнтів, характеризують вплив техніко-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності. Результат наведено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 - Розрахунок коефіцієнтів, що визначають вплив техніко-економічних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

техніко-технологічні фактори	фондовіддача основних засобів	коефіцієнт оновлення основних засобів	коефіцієнт завантаження виробничих основних засобів	Витрати на 1 грн товарної продукції	Разом
Значення коефіцієнтів, част.од					
2019	5,530	1,134	0,950	0,905	х
2020	3,761	0,208	0,850	0,898	х
2021	3,165	0,084	0,840	0,905	х
2022	3,203	0,215	0,870	0,906	х
2023	3,120	0,189	0,910	0,837	х
Темп росту коефіцієнтів, част.од					
2020/2019	-0,320	-0,816	-0,105	0,007	х
2021/2020	-0,158	-0,599	-0,012	-0,008	х
2022/2021	0,012	1,572	0,036	0,000	х
2023/2022	-0,026	-0,120	0,046	0,076	х
Бальний вираз коефіцієнтів					
2020	0	0	0	1	1
2021	0	0	0	0	0
2022	1	4	1	1	7
2023	0	0	1	1	2

Отже встановлено, що у 2019 р. значення коефіцієнтів, що характеризують техніко-технологічний стану показують найкращі результати. Показник фондовіддачі складає 5,53 част.од, оновлення основних засобів 1,134 част.од і завантаження устаткування 0,95 част.од. Разом з тим, аналіз витрат на 1 грн товарної продукції показав найбільший результат протягом всього періоду аналізу.

Аналізуючи темп росту показників, зазначимо що ТОВ «ЛКФ «Світоч» відбулось зниження ефективності використання основних засобів. Останнє обумовлено зростанням середньорічної вартості основних засобів з 441303 тис. грн у 2019 р. до 183810 тис. грн у 2023 р. Було виконано

переведення розрахованих темпів росту у бальний вираз. Виявлено, що у 2020 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» бальний вираз впливу техніко-технологічних факторів склав 1 бал, у 2021 р. – 0 балів (за всіма аналізованими показниками присутня негативна динаміка). Наступний 2022 р. показав зростання показників, що призвело до зростання загального бального виразу до 7 балів. У кінці 2023 маємо загальний бальний вираз техніко-технологічних факторів – 2 бали.

Наступним кроком виконає розрахунок показників, що характеризують трудові фактори. Результати приведено у таблиці 2.8

Таблиця 2.8 – Розрахунок коефіцієнтів, що визначають вплив трудових факторів на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Трудові фактори	2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, част.од 2023 р. – 2019 р.
коефіцієнт продуктивності праці	2395,09	2452,48	2654,96	2971,60	3263,25	868,17
коефіцієнт співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу	0,25	0,24	0,22	0,2	0,2	-0,05
коефіцієнт звільнення кадрів	0,2	0,21	0,15	0,3	0,25	0,05

Розраховано показники впливу трудових факторів на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. Аналізуючи коефіцієнт продуктивності праці, зазначимо що останній зростає з 2395,09 тис. грн. на особу до 3263,25 тис. грн. на особу. Загальне зростання складає 868,17 тис. грн. на особу. Аналіз коефіцієнту співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу показує поступове зниження частини управлінського персоналу у загальній чисельності працівників. Загальне зниження протягом аналізованого періоду становить 0,05 част.од.

Наступним кроком здійснюємо переведення показників, що включені до трудових факторів у бальний вираз. Для цього першим кроком розрахуємо темп росту показників та переведемо його у бали.

Таблиця 2.9 – Темп росту та бальний вираз показників ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Показник	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Темп росту показників				
коефіцієнт продуктивності праці	0,024	0,083	0,119	0,098
коефіцієнт співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу	-0,040	-0,083	-0,091	0,000
коефіцієнт звільнення кадрів	0,050	-0,286	1,000	-0,167
Бальний вираз показників				
коефіцієнт продуктивності праці	1	1	1	1
коефіцієнт співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу	0	0	0	1
коефіцієнт звільнення кадрів	1	0	4	0
Разом	2	1	5	2

Встановлено, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» нарощує показник продуктивності праці. Це мало своє відображення у його бальному виразі, і протягом аналізованого періоду маємо бальний вираз 1 коефіцієнту продуктивності праці. Щодо коефіцієнту співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу, то бальний вираз останнього складає у 2020 р.-2023 р. – 0 бали, а у 2023 р. підвищується до 1 балів.

Значення коефіцієнту звільнення працівників показує позитиву динаміку щодо його зниження. Отже останній у 2020 р. складає 1, у 2022 р. зростає до 4, але на кінець 2023 р. знижується до 0.

На останньому етапі проведено дослідження ринкових факторів, які мають вплив на конкурентоспроможність підприємства. Результати розрахунку останніх приведено у таблиці 2.10

Таблиця 2.10 - Розрахунок коефіцієнтів, що визначають вплив ринкових факторів на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Ринкові фактори	2019	2020	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, част.од 2023 р. – 2019 р.
коефіцієнт ринкової частки	0,0200	0,0400	0,0550	0,0400	0,0350	0,015
коефіцієнт рентабельності реалізації	0,0521	0,0275	0,0355	-0,0486	0,0538	0,002
коефіцієнт затоварення готовою продукцією	0,26	0,23	0,25	0,3	0,16	-0,100
коефіцієнт ефективності маркетингових заходів	0,36	0,32	0,31	-0,032	0,34	-0,020

Отже до ринкових факторів було віднесено коефіцієнт, що характеризує ринкову частку ТОВ «ЛКФ «Світоч». Останній був визначений виходячи із регіонального аспекту (тобто по Львівській області). Протягом аналізованого періоду маємо зростання коефіцієнту з 0,02 част.од до 0,035 част.од. (тобто на 0,015 част.од). Маємо зростання коефіцієнту рентабельності реалізації з 0,0521 част.од до 0,0538 част.од (тобто на 0,02 част.од). В свою чергу показник затоварення готовою продукцією знижується з 0,26 част.од до 0,16 част.од (тобто на 0,1 част.од). Маємо зниження коефіцієнту ефективності маркетингових заходів з 0,36 част.од у 2019 р. до 0,34 част. од у 2023 р. (тобто на 0,02 част.од).

Наступним кроком виконаємо переведення триманих результатів у бальний вираз. Результати приведено у таблиці 2.11

Таблиця 2.11 - Темп росту та бальний вираз показників ринкових факторів ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Ринкові фактори	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Темп росту показників				
коефіцієнт ринкової частки	1,00	0,38	-0,27	-0,13
коефіцієнт рентабельності реалізації	-0,47	0,29	-2,37	-2,11
коефіцієнт затоварення готовою продукцією	0,12	-0,09	-0,20	0,47
коефіцієнт ефективності маркетингових заходів	-0,11	-0,03	0,16	-0,06

Ринкові фактори	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Бальний вираз показників				
коефіцієнт ринкової частки	4	1	0	0
коефіцієнт рентабельності реалізації	0	1	0	0
коефіцієнт затоварення готовою продукцією	1	0	0	1
коефіцієнт ефективності маркетингових заходів	0	0	1	0
Разом	5	2	1	1

Було розраховано темп росту показників ринкового фактору при оцінюванні конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. Встановлено, що бальний вираз ринкової частки у 2020 р. становить 4 бали (адже останній зростає), у 2021 р. - балів. Наступні 2022 р. та 2023 р. показали зниження ринкової частки, отже бальний вираз складає 0 балів.

Коефіцієнт рентабельності реалізації протягом 2019-2023 рр. знижується, що мало своє відображення при її бальному виразі. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією а бальному виразі у 2020 р. складав 1 бал, наступні роки маємо 0 балів і лише на кінець 2023 р. маєм 1 бал. Коефіцієнт ефективності маркетингових заходів лише у 2022 р. показує позитивну динаміку.

Отже було виконано розрахунок показників, що містять фактори рівня конкурентоспроможності. Наступним кроком визначимо загальний бальний вираз рівня конкурентоспроможності. На рисунку 2.8 наведено сума балів за факторами конкурентоспроможності.

Отже встановлено, що у 2020 р. загальна сума балів, що набрана ТОВ «ЛКФ «Світоч» становить 9 балів, і більша частина балів було набрана на трудовими факторами (5 балів). Відповідно до розробленої шкали визначено, що суб'єкту господарювання є «слабко» конкурентоспроможним.

У 2021 р. маємо загальну суму балів також на рівні 9 балів але вже останні були отримані за рахунок підвищення ефективністю управління фінансовими ресурсами. Відповідно до розробленої шкали визначено, що суб'єкту господарювання є «слабко» конкурентоспроможним

За результатами роботи у 2022 р. маємо найбільший бальний вираз рівня конкурентоспроможності за весь період аналізу (15 балів). Зростання бального виразу забезпечується підвищенням ефективності використання основних засобів та їх оновленням. Відповідно до розробленої шкали визначено, що суб'єкту господарювання є «недостатньою» конкурентоспроможним

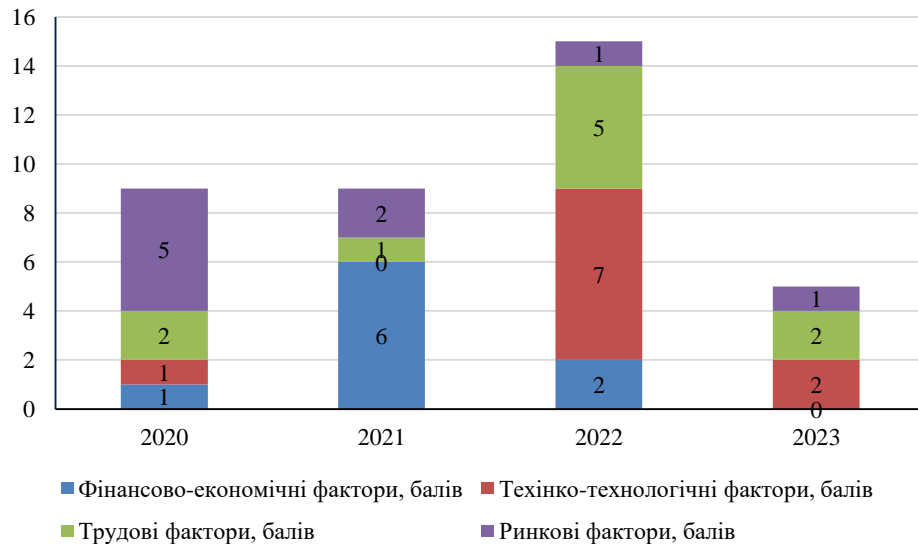


Рисунок 2.8 – Бальний вираз рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

На жаль у 2023 р. маємо зниження бального виразу рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» показника до 5 балів. Зважаючи на військовий стан, що діє в Україні з 2022 р., зниження темпів росту показників у 2023 р. не викликає подиву. Рівень конкурентоспроможності у 2023 р. визначається як «слабким».

Підводячи підсумок проведеного дослідження рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» встановлено, що протягом 2019-2021 рр. рівень конкурентоспроможності визначається як «слабкий». Потім у 2022 р. ситуація покращується і ТОВ «ЛКФ «Світоч» нарощує розвиток, що позитивно вплинуло на рівень конкурентоспроможності. Рівень останньої у 2022 р. ідентифіковано як «недостатній». За результатами роботи

у 2023 р. ситуація знову погіршується і остання знижується до «слабкої» із бальним виразом лише 5 балів. Тому на наступному параграфі доцільно використати методи факторного аналізу і виявити показники, що негативно впливають на конкурентоспроможність.

2.3. Використання методів факторного аналізу для аналізу рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр.

Актуальність використання факторного аналізу для оцінювання конкурентоспроможності підприємства полягає в його здатності виявляти ключові фактори, які впливають на успіх компанії на ринку. У сучасних умовах конкуренції підприємства змушені адаптуватися до швидких змін зовнішнього середовища, таких як коливання попиту, зміни в технологіях, економічні та політичні фактори. Факторний аналіз допомагає глибше зрозуміти, які з цих чинників є вирішальними для конкурентних переваг.

Завдяки аналізу взаємодії різних факторів, таких як ціноутворення, якість продукції, рівень інновацій, задоволеність споживачів, можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства. Це дозволяє коригувати стратегію розвитку, удосконалювати бізнес-процеси, зменшувати ризики та підвищувати ефективність використання ресурсів. У результаті підприємство отримує змогу не лише покращити свою позицію на ринку, але й забезпечити стабільне зростання та стійку конкурентну перевагу.

У параграфах вище було зазначено, рівень конкурентоспроможності доцільно визначати у бальному виразі. Виявлено, що у 2023 р. рівень конкурентоспроможності є найнижчий за весь період аналізу. Загальною причиною такої ситуації є погіршення економічної ситуації у країні з причини ворожого вторгнення РФ.

Почнемо з розгляду зниження бального виразу фінансово-економічної складової. За показниками фінансово-економічної діяльності маємо зниження протягом всього аналізованого періоду. Підкреслено, що протягом 2019-2023 рр. відбувається підвищення обсягу заборгованості, а саме у 2021 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» бере на себе довгострокові зобов'язання на суму 300060 тис. грн. Наведене негативно вплинуло на показник фінансової напруженості.

Враховуючи, що конкурентоспроможність визначається як забезпечення отримання прибутку у довгостроковій перспективі. Останній у свою чергу забезпечується спроможністю підприємства реалізовувати продукцію на ринку і погашати свою поточну заборгованість. Тому у розрізі фінансово-економічної конкурентоспроможності пропонуємо виконати факторний аналіз коефіцієнтів інкасації дебіторської та кредиторської заборгованості.

Для цього пропонуємо використовувати інтегральний метод факторного аналізу. Почнемо з аналізу коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості. Для розрахунку пропонуємо використовувати формули 2.1-2.3:

$$K_{id} = \frac{D}{D_Z} \quad (2.1)$$

де K_{id} - коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості, част.од

D – чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн

D_Z – дебіторська заборгованість, тис. грн

Вплив зміни чистого доходу від реалізації продукції на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості визначається за формулою:

$$\Delta K_{id}(D) = \frac{\Delta D}{\Delta D_Z} \ln \left| \frac{D_{z1}}{D_{z0}} \right| \quad (2.2)$$

Вплив зміни обсягу дебіторської заборгованості на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості визначається за формулою

$$\Delta K_{id}(D_z) = \Delta K_{id} - \Delta K_{id}(D) \quad (2.3)$$

Перейдемо до проведення факторного аналізу. Для цього перший кроком сформуємо таблицю з вихідними даними (таблиця 2.12).

Таблиця 2.12 – Вихідні дані для проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості, част.од	3,536	3,805	3,594	3,263	3,047
чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	2440593	2560385	2572657	2635805	2538810
дебіторська заборгованість, тис грн	690274	672952	715766	807757	833280
Зміна коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості, част.од	x	0,269	-0,210	-0,331	-0,216

Наступним кроком переходимо до проведення факторного аналізу. Для аналізу було обрано періоди 2020-2023 рр. Для демонстрації процесу розрахунку пропонуємо детально розписати проведення факторного аналізу за 2020 р. відносно 2019 р.

Виконаємо розрахунок впливу зміни чистого доходу від реалізації продукції на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості (формула 2.2)

$$\Delta K_{id}(D) = \frac{2560385 - 2440593}{672952 - 690274} \ln \left| \frac{672952}{690274} \right|; \quad \Delta K_{id}(D) = 0,1757 \text{ част.од}$$

$$\Delta K_{id}(D_z) = 0,269 - 0,1757; \quad \Delta K_{id}(D_z) = 0,093 \text{ част. од}$$

Перевірка правильності проведеного факторного аналізу :

$$0,1757 + 0,093 = 0,269 \text{ част.од}$$

Отже сума впливу факторів відповіді загальній зміні показника. Значить факторний аналіз проведений правильно.

У таблиці 2.13 наведено результати проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості за 2020-2023 рр.

Таблиця 2.13 – Результати проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості за 2020-2023 рр.

Показник	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022
вплив зміни чистого доходу від реалізації продукції на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	0,1758	0,0177	0,0830	-0,1182
Вплив зміни обсягу дебіторської заборгованості на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	0,093	-0,228	-0,414	-0,098
Сума	0,269	-0,210	-0,331	-0,216

Встановлено, що у 2020 р. відносно 2019 р. маємо зростання коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості на 0,269 част.од. Зростання у більшій частини забезпечено ростом обсягу чистого доходу від реалізації продукції (0,1758 част.од) і меншою частиною за рахунок зменшення дебіторської заборгованості (0,269). Дебіторська заборгованість у 2020 р. знижується на 2,6% відносно 2019 р., що і забезпечило зростання аналізованого коефіцієнту.

Наступний 2021 р. показує зниження коефіцієнту інкасації дебіторської заборгованості на 0,210 част.од. Причиною зниження є те, що темп росту дебіторської заборгованості склав 6,3% , а темп росту чистого доходу від реалізації 0,47%. У результаті вплив зміни чистого доходу від реалізації продукції на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості становить 0,0177 част.од., а вплив зміни обсягу дебіторської заборгованості на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості (-0,228 част.од).

Протягом 2022 р. також маємо продовження тенденції до зниження аналізованого показника, що також обумовлено зростанням дебіторської заборгованості. За результатами 2023 р. маємо зниження аналізованого

коефіцієнту на 0,216 част.од і більша частина зниження є наслідком скорочення чистого доходу від реалізації продукції.

На рисунку 2.9 наведено узагальнені результати факторного аналізу показника інкасації дебіторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч».

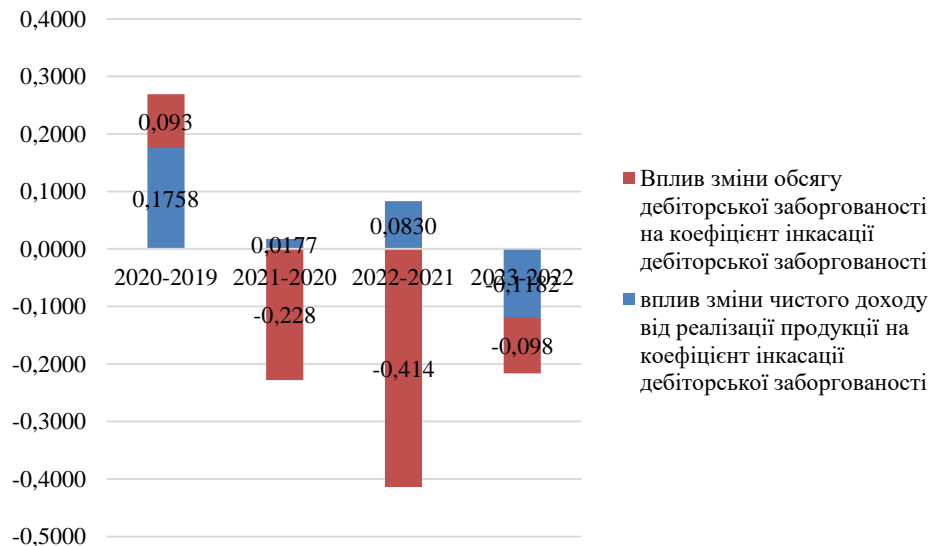


Рисунок 2.9 – Результати факторного аналізу показника інкасації дебіторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Зниження коефіцієнта інкасації дебіторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч» може призвести до уповільнення надходження грошових коштів на рахунки компанії, що негативно вплине на її фінансову стійкість та ліквідність. У результаті підприємство може відчувати дефіцит обігових коштів, що може призвести до затримок у розрахунках з постачальниками, оплаті праці персоналу та обмежити можливості для інвестицій у розвиток бізнесу. Тривале зниження цього коефіцієнта також може свідчити про послаблення ефективності кредитної політики підприємства, що підвищує ризик неповернення заборгованостей і загрожує зростанням обсягу простроченої дебіторської заборгованості.

Наступним кроком виконаємо факторний аналіз коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч». Вихідні дані приведено у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14 - Вихідні дані для проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості, част.од	10,481	7,315	10,825	9,768	4,845
чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	2440593	2560385	2572657	2635805	2538810
кредиторська заборгованість, тис грн	232863	349999	237662	269850	524033
Зміна коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості, част.од	x	-3,165	3,509	-1,057	-4,923

Переходимо до проведення факторного аналізу показника коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості. Факторний аналіз запропоновано виконувати інтегральним методом. Приведемо приклад проведення аналізу показника у 2020 р. відносно 2019 р.

$$\Delta K_{ik}(D) = \frac{2560385 - 2440593}{349999 - 232863} \ln \left| \frac{349999}{232863} \right|; \quad \Delta K_{ik}(D) = 0,4167 \text{ част.од}$$

$$\Delta K_{ik}(D_z) = -3,165 - 0,4167; \quad \Delta K_{ik}(D_z) = -3,5821 \text{ част. од}$$

Результати проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч» приведено у таблиці 2.15

Таблиця 2.15 - Результати проведення факторного аналізу коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості за 2020-2023 рр.

Показник	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022
вплив зміни чистого доходу від реалізації продукції на коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості	0,4167	0,0423	0,2492	-0,2533
Вплив зміни обсягу кредиторської заборгованості на коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	-3,5821	3,4672	-1,3064	-4,6697
Сума	-3,1654	3,5094	-1,0572	-4,9229

Таблиця 2.15 містить дані про вплив ключових показників на коефіцієнт інкасації дебіторської та кредиторської заборгованості для ТОВ «ЛКФ «Світоч» за період 2019-2023 років. У таблиці представлено вплив змін чистого доходу від реалізації продукції та обсягу кредиторської заборгованості на коефіцієнт її інкасації.

За результатами факторного аналізу маємо, що у 2020 р. маємо зниження коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості на 3,1654 част.од. При чому зниження є наслідком скорочення вартості кредиторської заборгованості на 3,5821 част.од. Також маємо зростання чистого доходу від реалізації, що вплинуло на зростання коефіцієнту інкасації (рисунок 2.10).

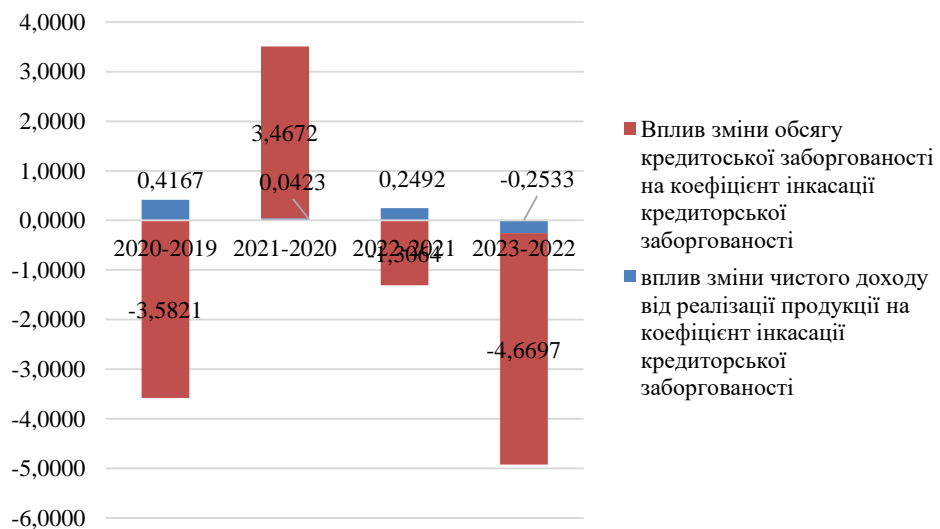


Рисунок 2.10 - Результати факторного аналізу показника інкасації кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Наступного року маємо зростання коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості з 7,315 част.од до 10,825 част.од. Отже маємо зростання коефіцієнту інкасації на 3,5094 част.од, що обумовлено зростання чистого доходу від реалізації продукції на 0,0423 част.од та вартості кредиторської заборгованості на 3,4672 част.од.

У 2022 р. маємо зниження коефіцієнту інкасації на 1,0572 част.од, що на 1,3064 част.од обґрунтовано зниження вартості кредиторської заборгованості. У 2023 р. маємо ще більше зниження коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості (на 4,9229 част.од). Така ситуація є наслідком зниження кредитоспроможності.

Зниження коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч» може призвести до зростання фінансових ризиків, оскільки це означає, що підприємство має меншу здатність своєчасно погашати свої зобов'язання перед кредиторами. Така ситуація може спричинити наступні негативні наслідки:

зниження платоспроможності – менший коефіцієнт інкасації сигналізує про слабкішу ліквідність, що може призвести до проблем з оплатою рахунків і утриманням наявних ресурсів для оперативної діяльності;

зростання витрат на обслуговування боргів – можуть бути застосовані штрафні санкції, відсотки або інші платежі за прострочення, що збільшить фінансовий тиск на компанію;

зниження кредитного рейтингу – партнери і постачальники можуть почати обмежувати фінансування або змінювати умови співпраці, що негативно вплине на здатність підприємства розвиватися;

втрати репутації – внаслідок неможливості своєчасного погашення заборгованостей може постраждати репутація компанії, що вплине на її здатність залучати нових партнерів і клієнтів;

Таким чином, зниження коефіцієнту інкасації кредиторської заборгованості є важливим сигналом для покращення фінансового менеджменту та пошуку шляхів оптимізації управління зобов'язаннями.

Зниження коефіцієнтів інкасації дебіторської та кредиторської заборгованостей у поєднанні зі скороченням чистого доходу від реалізації продукції може негативно вплинути на конкурентоспроможність ТОВ «ЛКФ «Світоч» через такі наслідки:

погіршення фінансової стійкості – зниження інкасації дебіторської заборгованості може призвести до тривалих затримок надходження коштів від клієнтів.;

зростання витрат на обслуговування зобов'язань – через низький рівень інкасації кредиторської заборгованості компанія може зіткнутися з нарахуванням пені та відсотків за прострочення платежів, що збільшує витрати і знижує прибутковість;

зниження обсягів виробництва та продажів – дефіцит обігових коштів може змусити компанію зменшити обсяги закупівлі матеріалів, що в свою чергу обмежить виробництво.

Для збільшення обсягу чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч», навіть у складних умовах, варто розглянути наступні заходи:

вихід на нові ринки та сегменти – дослідження і освоєння нових ринкових ніш (наприклад, сегменти преміум-продуктів, органічних кондитерських виробів) або регіонів, де можна залучити нових споживачів;

оптимізація асортименту – акцент на виробництві найприбутковіших позицій, зокрема тих, які добре продаються або мають високу рентабельність.

посилення онлайн-продажів – розширення присутності на маркетплейсах та активне використання власного сайту для продажу продукції з прямою доставкою споживачам;

розширення співпраці з Nestlé – оскільки компанія виступає як виробник продукції для Nestlé, можна запропонувати розширення замовлень або асортименту на основі аналітики попиту і зростання популярності певних категорій продукції;

оптимізація виробничих витрат – покращення виробничих процесів та зниження собівартості, наприклад, через автоматизацію, зменшення втрат і підвищення енергоефективності;

маркетингова співпраця – участь у ко-брендингу з іншими компаніями або брендами Nestlé для підвищення впізнаваності та залучення нових клієнтів;

оптимізація логістики та каналів дистрибуції – покращення системи доставки продукції з метою скорочення витрат та підвищення якості сервісу.

Окреслені пропозиції доцільно запровадити для підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Висновки до розділу 2.

Розроблену методику оцінювання рівня конкурентоспроможності апробована на прикладі ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. Виконано аналіз показників техніко-економічного стану підприємства Підводячи підсумок аналізу показників техніко-економічного стану, зазначимо що протягом 2019-2023 рр. ТОВ «ЛКФ «Світоч» ефективно використовувати наявні у нього ресурси.

Виконано аналіз рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2019-2023 рр. Наведено розраховані значення коефіцієнтів, що характеризують фінансово-економічні, техніко-технологічні, трудові та ринкові фактори. Для визначення рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» розраховано показники темпу росту коефіцієнтів та переведення останніх у бали відповідно до методи Підводячи підсумок проведеного дослідження рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» встановлено, що протягом 2019-2021 рр. рівень конкурентоспроможності визначається як «слабкий». Потім у 2022 р. ситуація покращується і ТОВ «ЛКФ «Світоч» нарощує розвиток, що позитивно вплинуло на рівень конкурентоспроможності. Рівень останньої у 2022 р. ідентифіковано як «недостатній». За результатами роботи у 2023 р.

ситуація знову погіршується і остання знижується до «слабкої» із бальним виразом лише 5 балів.

З метою пошуку резервів підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» було використано інструктивний факторний та кореляційно-регресивний аналіз. Наведено результати проведеного факторного аналізу коефіцієнта інкасації дебіторської заборгованості.

Зниження коефіцієнта інкасації дебіторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч» може призвести до уповільнення надходження грошових коштів на рахунки компанії, що негативно вплине на її фінансову стійкість та ліквідність. У результаті підприємство може відчувати дефіцит обігових коштів, що може призвести до затримок у розрахунках з постачальниками, оплаті праці персоналу та обмежити можливості для інвестицій у розвиток бізнесу.

Використання кореляційно-регресивного аналізу встановлено наявність кореляційної залежності між індексами показників рентабельності продукції та чистим фінансовим результатом і собівартістю реалізованої продукції

Також виявлено залежність індексів продуктивності праці та фондівіддачі від чистого доходу від реалізації продукції.

Виконано розрахунок припущень можливого зростання індексів продуктивності праці та фондівіддачі під впливом зростання чистого доходу. Виявлено мінімальне зростання чистого доходу від реалізації продукції, що дозволить підвистити рівень конкурентоспроможності техніко-технологічних та трудових факторів.

Виконано дослідження ринкових факторів і встановлено, що обсяг отриманого чистого доходу від реалізації продукції залежить від ефективності використання витрат на маркетингові заходи.

Також встановлено, яка саме повинна бути ефективність використання маркетингових витрат для зростання чистого доходу до 4,9% відносно 2023 р.

РОЗДІЛ 3.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО РОЗРОБКИ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ»

3.1. Розробка економіко-математичної моделі забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Розробка економіко-математичної моделі забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» є важливою в умовах високої динаміки ринку, коли для сталого зростання і зміцнення позицій на ринку підприємству необхідно оптимізувати виробничі, збутові й управлінські процеси. Така модель дозволить ефективно визначити й аналізувати ключові чинники, що впливають на конкурентоспроможність, та створити систему прийняття рішень для поліпшення операційної ефективності.

У сучасному бізнес-середовищі, де потреби й уподобання споживачів швидко змінюються, а ресурсні витрати потребують ретельного контролю, наявність економіко-математичної моделі забезпечить гнучкість і адаптивність підприємства до змін ринкової кон'юнктури. Це дозволить ТОВ «ЛКФ «Світоч» ефективно реагувати на виклики ринку, зменшувати витрати й підвищувати рівень задоволення споживачів, забезпечуючи довготривалий розвиток і стійке зростання компанії.

Протягом параграфу 1.2 прописано методику оцінювання конкурентоспроможності виробничого підприємства. Встановлено, що найдоцільніше останню визначати на базі впливу факторів: фінансово-економічні фактори, техніко-технологічні фактори, трудові фактори, ринкові фактори. Кожен з наведених факторів визначається за умови розрахунку

індексів показників та переведення їх у бали. При виконанні завдання з економіко-математичного моделювання пропонуємо виявити наявність кореляційної залежності між техніко-економічними показниками ТОВ «ЛКФ «Світоч» та визначити, як їх зміна вплине на бальний вираз конкурентоспроможності.

При виконанні кореляційно-регресивного аналізу запропоновано використовувати пакет Майкрософт Ексель та використання функції «ЛИНЕЙН»:

«ЛИНЕЙН» (залежна_змінна; незалежні_змінні; 1; 1).

Натиснувши комбінацію «Ctrl+Shift+Enter» для отримання масиву параметрів регресії можна сформулювати рівняння регресії.

Використовуючи наведений підхід було виявлено наявність кореляційної залежності між індексом коефіцієнту рентабельності продажів та чистим фінансовим результатом і собівартості реалізації продукції. Окреслена залежність описується формулою:

$$I_{\text{Крп}} = -6,693 + 0,00012 \times \text{ЧФР} + 0,000002446 \times \text{СРП} \quad (3.1)$$

де $I_{\text{Крп}}$ – індекс коефіцієнту рентабельності продажів ТОВ «ЛКФ «Світоч», част.од

ЧФР – чистий фінансовий результат ТОВ «ЛКФ «Світоч», тис. грн

СРП – собівартості реалізованої продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч», тис. грн.

Економічний зміст розробленої моделі виражається через, те що зростання чистого фінансового результату підвищує індекс коефіцієнтів. Також аналогічний вплив має і зростання вартості виробленої та реалізованої продукції. Так як індекс показника вказує на швидкість його росту, то

пропонуємо визначити, який повинен бути темп росту чистого доходу та собівартості, щоб індекс вказував на ріст коефіцієнту (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Припущення, що зміни чистого фінансового результату та собівартості ТОВ «ЛКФ «Світоч» та їх вплив на індекс коефіцієнте рентабельності продажів

Показник	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
чистий фінансовий результат, тис.грн	зростання на 1%	зростання на 1%	зниження на 1 %	зниження на 1 %
собівартість реалізованої продукції, тис.грн	зростання на 1 %	зниження на 1 %	зростання на 1%	зниження на 1%
Прогнозне значення індексу рентабельності продукції	0,223	0,119	0,190	0,086
чистий фінансовий результат, тис.грн	138068,01	138068,01	135333,99	135333,99
собівартість реалізованої продукції, тис.грн	2145069,31	2102592,69	2145069,31	2102592,69

Отже у таблиці 3.1 наведено варіанти припущення зміни чистого фінансового результату та собівартості реалізованої продукції. За умови зростання обох показників на 1% маємо індекс коефіцієнту рентабельності 0,223 част.од (тобто зростання коефіцієнту відносно попереднього періоду). За умови, якщо чистий фінансовий результат зростає на 1%, а собівартості знижується на 1% маємо зниження індексу до 0,119 част.од. За пропущенням 3 маємо зниження чистого фінансового результату на 1% та зростання собівартості реалізованої продукції на 1%, значення індексу ставить 0,19 част.од. І за умови зниження обох показників на 1% маємо зниження індексу до 0,086 част.од.

Виходячи з проведеного дослідження маємо, що для зростання індексу рентабельності продажу необхідно збільшувати чистий фінансовий результат та підвищувати ефективність управління собівартістю реалізації продукції.

Наступним кроком виконаємо аналіз наявності кореляційної залежності між індексом фондовіддачі та чистим доходом від реалізації продукції. Окреслена залежність представлена рівням:

$$I_{KF} = -3,9043 + 0,0000015 \times \text{ЧДРП} \quad (3.2)$$

де ЧДРП – чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.

Економічний зміст розробленої моделі виражається через те, що зростання чистого доходу від реалізації продукції тим більше індекс показника фондовіддачі. Пропонуємо визначити, на скільки відсотків доцільно збільшити чистий дохід від продукції для того, що у прогнозному періоді індекс показника фондовіддачі був додатній.

Таблиця 3.2 – Припущення зміни чистого доходу від реалізації продукції і їх вплив на індекс коефіцієнту фондовіддачі ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Показник	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	Зростає на 1%	Зростає на 3%	Зростає на 5%	Зростає на 7%
Прогнозне значення індексу фондовіддачі, част.од	-0,141771833	-0,067265207	0,007241418	0,081748043

Було висунуто гіпотезу, щодо зміни обсягу чистого доходу від реалізації продукції. Розглянуто чотири варіанти його зміни, а саме зростання на 1%, 3%, 5% та 7%. Встановлено, що за умови підвищення чистого доходу від реалізації продукції на 1% маємо значення індексу показника фондовіддачі (-0,1417 част.од), тобто наведене зростання не призведе до зростання ефективності використання основних засобів. Аналогічна ситуація спостерігається за показником зростання чистого доходу на 3% відносно 2023 р. Прогнозний індекс коефіцієнту фондовіддачі становить (-0,067 част.од).

За умови зростання чистого доходу на 5% маємо позитивні зрушення у бік підвищення ефективності використання основних засобів. Адже коефіцієнт фондівдачі зростає на 0,072% відносно попереднього періоду. Для виявлення порогу зрушення пропонуємо визначити мінімальний відсоток зростання чистого доходу при якому індекс буде вказувати на зростання показника фондівдачі. Беремо діапазон дослідження від 3,1% до 5%.

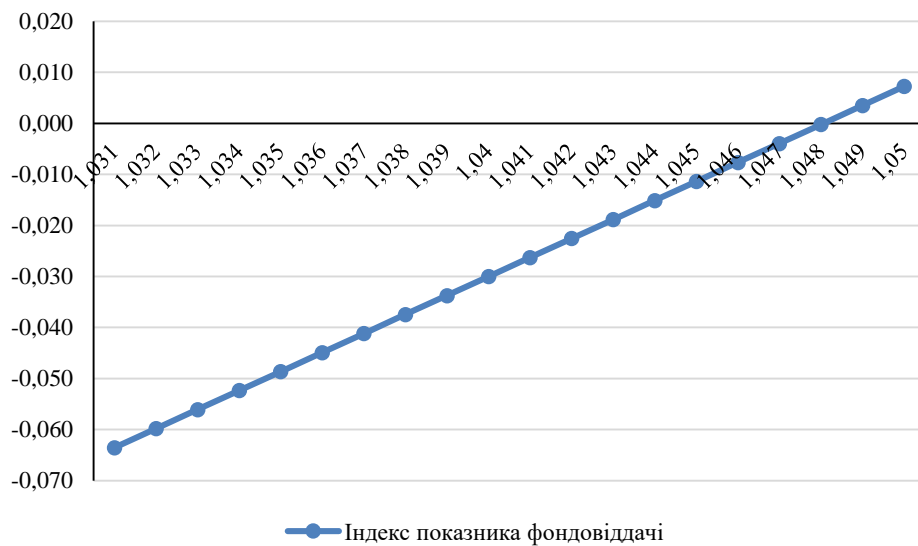


Рисунок 3.1 – Прогнозне значення індексу показника фондівдачі за умови зміни чистого доходу від реалізації продукції у діапазоні від 3,1% до 5% відносно 2023 р.

Проведене дослідження зміни індексу показника фондівдачі показує, що значення індексу стає більше 0 за умови, що темп зростання чистого доходу від реалізації становить 4,8% та більше. За умови, що темп росту чистого доходу 4,8%, прогнозне значення коефіцієнту -0,00021 част.од і за зростання 4,9% маємо значення індексу коефіцієнту фондівдачі 0,00352 част.од. Тобто можна зробити висновок, що мінімальне зростання чистого доходу повинно бути не менше за 4,9% для забезпечення приросту коефіцієнту ефективності використання основних засобів.

Наступник кроком використаємо інструменти факторного аналізу для визначення наявності кореляційної залежності у межах трудових факторів, що впливають на рівень конкурентоспроможності. У параграфі 2.2 наведено розраховані значення індексів показників, що визначають трудові фактори ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Встановлено, що індекс коефіцієнту продуктивності праці у 2023 р. становить 0,098 част.од, що на 0,021 част.од менше ніж у 2022 р. Отже наша задача визначити причини скорочення індексу коефіцієнту продуктивності праці. Для цього було побудовано кореляційно-регресивну модель залежності індексу коефіцієнту продуктивності праці від чистого доходу від реалізації продукції (формула 3.3).

$$I_{кр} = -1,1729 + 0,00000049 \times \text{ЧДРП} \quad (3.3)$$

Зміст розробленої моделі (формула 3.3) виражається тим, що чим більше чистий дохід від реалізації продукції тим більше індекс коефіцієнту продуктивності праці. Пропонуємо розглянути варіанти зростання чистого фінансового результату, що дозволять підвищити значення індексу продуктивності праці на ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Таблиця 3.3 – Припущення зміни чистого доходу від реалізації продукції і їх вплив на індекс коефіцієнту продуктивності праці ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Показник	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн.	Зростає на 1%	Зростає на 2%	Зростає на 3%	Зростає на 4%
Прогнозне значення індексу продуктивності праці, част.од	0,0748	0,0998	0,1379	0,1904

За умови використання рівняння 3.3 визначено прогнозні значення індексу продуктивності праці за умови зміни чистого доходу від реалізації продукції. Встановлено, що зростання чистого доходу хоча б на 1% призведе до зростання показника продуктивності праці при незмінній чисельності працівників.

Якщо порівняти прогнозні значення індексу продуктивності праці із значення 2023 р., то можна зробити висновок про доцільність підвищення чистого доходу від реалізації продукції не менше ніж 3% відносно 2023 р. Адже при меншому значення тем росту індексу буде від'ємний.

На останньому етапі пропонуємо провести кореляційно-регресивний аналіз за ринковими факторами. Але зважаючи на те, що саме ринкова позиція підприємства формує чистий дохід від реалізації продукції пропонуємо визначити від яких показників залежить останній.

Для цього було виконано дослідження, як зміни маркетингових витрат впливає на чистий дохід від реалізації продукції. У зв'язку із цим розроблено кореляційно-регресивну модель (формула 3.4).

$$\text{ЧДРП} = 2579869,79 + 322777,97 \times I_{\text{Кем}} \quad (3.4)$$

За рахунок використання інструментів кореляційно-регресивної залежності визначено, що чим більше індекс ефективності використання маркетингових витрат, тим більше чистий дохід від реалізації.

За допомогою рівняння 3.4 можна визначити прогнозне значення чистого доходу від реалізації продукції, а отже спрогнозувати індекси вище розглянутих показників. Пропонуємо виконати розрахунок припущень, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» забезпечить підвищення ефективності використання маркетингових витрат у діапазоні від +0,02 до +0,10. Результати розрахунку приведено у аналітичній таблиці 3.4.

Отже встановлено, що зростання індексу на 0,02 част.од призведе до значення останнього на рівні (-0,03556 част.од) але чистий дохід від

реалізації продукції становитиме 2568393,24 тис. грн. Виходячи із інформації, що наведена на рисунку 3.2 маємо, що окреслений чистий дохід більше за отриманий у 2023 р. на 1,165%.

Таблиця 3.4 – Припущення зміни індексу ефективності використання маркетингових витрат та його вплив на зростання чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Показник	Припущення					
	1	2	3	4	5	6
Зростання індексу ефективності використання маркетингових витрат част.од	+0,02	+0,05	+0,06	+0,07	+0,09	+0,1
Значення індексу ефективності використання маркетингових витрат част.од	-0,03556	-0,00556	0,00444	0,01444	0,03444	0,04444
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	2568393,244	2578076,583	2581304,363	2584532,143	2590987,702	2594215,482

На умови реалізації припущення 2, маємо зростання індексу на 0,05 част.од і навіть від'ємне значенні індексу може призвести до зростання чистого доходу від реалізації продукції на 1,54% відносно 2023 р.

При зростанні індексу ефективності використання маркетингових витрат на 0,06 част.од та більше маємо додатне його значення (припущення 3-6). При чому чистий дохід від реалізації за умови припущення 3 становить 2581304,36 тис. грн або на 1,67% більше ніж у 2023 р. З умови виконання припущення 4 маємо зростання індексу на 0,07 част.од, що призвело до зростання чистого доходу від реалізації продукції на 2,05% відносно 2023 р. За умови реалізації пропущення 6 маємо зростання чистого доходу від реалізації продукції до 2594215,482 тис. грн або на 2,18% відносно 2023 р.

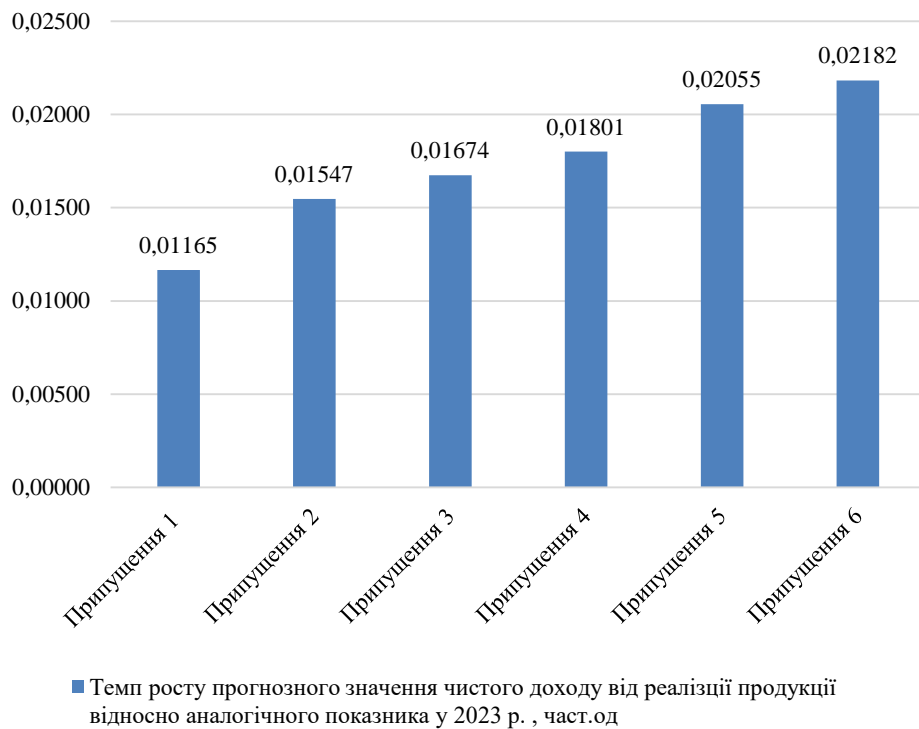


Рисунок 3.2 - Темп росту прогнозного значення чистого доходу від реалізації продукції відносно аналогічного показника у 2023 р. , част.од
ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Опираючись на розрахунку, що наведене у таблиці 3.2 та 3.3 маємо необхідність підвищення чистого доходу від реалізації продукції мінімум на 4,9%. Тому доцільно визначити мінімальне зростання ефективності використання маркетингових заходів, що дозволять отримати бажане зростання чистого доходу від реалізації продукції.

На рисунку 3.3 наведено припущення щодо зростання чистого доходу від реалізації продукції у залежності від припущень, щодо зростання ефективності використання маркетингових витрат на ТОВ «ЛКФ «Світоч». Встановлено, що для зростання чистого доходу більше за 4,9% відносно 2023 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» повинно забезпечувати ефективності використання маркетингових витрат на рівні індексу коефіцієнту 0,2994 част.од.

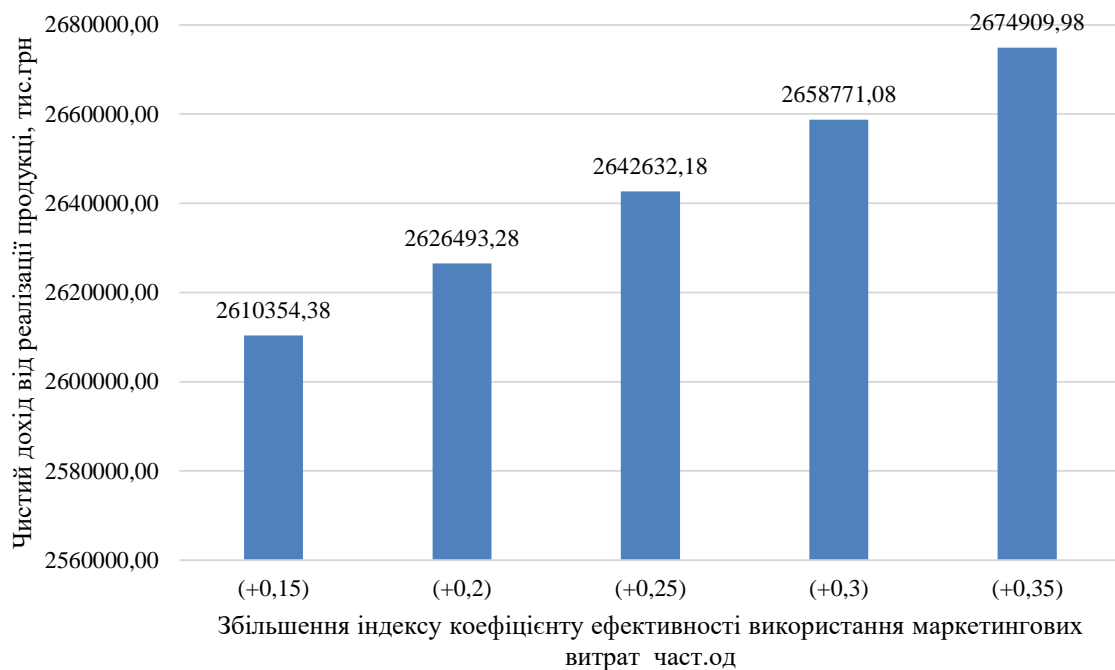


Рисунок 3.3 – Зростання чистого доходу від реалізації продукції у залежності від припущень, щодо зростання ефективності використання маркетингових витрат на ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Підводячи підсумок параграфу зазначимо, що за умови використання кореляційно-регресивного аналізу встановлено наявність кореляційної залежності між індексами показників рентабельності продукції та чистим фінансовим результатом і собівартістю реалізованої продукції.

Також виявлено залежність індексів продуктивності праці та фондівіддачі від чистого доходу від реалізації продукції. Виконано розрахунок припущень можливого зростання індексів продуктивності праці та фондівіддачі під впливом зростання чистого доходу. Виявлено мінімальне зростання чистого доходу від реалізації продукції, що дозволить підвиити рівень конкурентоспроможності техніко-технологічних та трудових факторів.

Виконано дослідження ринкових факторів і встановлено, що обсяг отриманого чистого доходу від реалізації продукції залежить від ефективності використання витрат на маркетингові заходи. Також

встановлено, яка саме повинна буди ефективність використання маркетингових витрат для зростання чистого доходу до 4,9% відносно 2023 р. У наступному параграфі пропонуємо розробити заходи, що дозволять підвищити чистий дохід від реалізації продукції зокрема за умови підвищення ефективності використання маркетингових заходів на ТОВ «ЛКФ «Світоч».

3.2. Обґрунтування пропозицій щодо формування механізму забезпечення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

У попередньому розділі визначено, що для зростання рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» необхідно забезпечити зростання чистого доходу від реалізації продукції на 4,9% та вище відносно 2023 р.

Для цього пропонуємо розробити механізм забезпечення конкурентоспроможності підвищуючи ефективності використання маркетингових витрат. Також необхідно передбачити зростання витрат на зростання збуту продукції.

Зростання обсягу реалізації продукції і як наслідок підвищення чистого доходу від реалізації пропонуємо змінювати шляхом розробки маркетингової стратегії. У літературних джерелах можна знайти багато різних варіантів маркетингових стратегій, що дозволять підвищити збут.

Зважаючи на те, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» займається виробництвом кондитерських виробів (таблиця 2.1), пропонуємо забезпечити зростання чистого доходу за рахунок: розробки сезонних пропозицій; розвиток секторі надання додаткових послуг.

Розробка сезонних пропозицій передбачає створення обмежених серій продукції до свят (наприклад, новорічні набори, набори для Дня Святого Валентина тощо) для стимулювання продажів у пікові періоди.

ТОВ «ЛКФ «Світоч» за останніх п'ять років отримувала дохід не тільки від продажу продукції але і від реалізації послуг стороннім організаціям. Величина останніх змінювалась кожного року, у 2019 р. остання становила 2359 тис. грн., у 2021 р. 235 тис грн і у 2022 р. 14 тис. грн. (рисунок 2.1). Отже потенціал розвитку такого напрямку безперечно є.

Розробки механізму забезпечення конкурентоспроможності за рахунок зростання чистого доходу від реалізації пропонуємо починати з виявлення потенціалу зростання доходу від надання послуг. Відповідно до класифікації КВЕД ТОВ «ЛКФ «Світоч» додатково здійснює:

49.31 «Пасажирський наземний транспорт міського та приміського сполучення» ; 49.41 «Вантажний автомобільний транспорт».

Тобто підприємство надає додаткові послуги з перевезення пасажирів та вантажу, тому можна зробити висновок про наявність у ТОВ «ЛКФ «Світоч» парку автомобілів. Виходячи з цього пропонуємо окреслити можливість зростання доходу від послуг з перевезення.

Для розвитку окресленого напрямку пропонуємо використовувати механізм, що наведений на рисунку 3.4. Розглянемо останній детальніше.

Перший етапом є аналіз ринку та потенціалу. Останній передбачає проведення дослідження попиту на пасажирські перевезення в регіоні діяльності компанії (Львів та прилеглі області). Визначити конкурентів, їх сильні та слабкі сторони. Оцінювання логістичну та фінансову спроможність компанії до розширення діяльності.

Попит на пасажирські перевезення у Львові та прилеглих областях продовжує зростати завдяки розвитку туризму, зручності спільних поїздок та високій конкуренції серед перевізників. Компанії, які здатні адаптуватися до змінюваних потреб споживачів і пропонувати якісні послуги за конкурентними цінами, матимуть успіх у цьому сегменті ринку.



Рисунок 3.4 - Механізм розвитку надання послуг з пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Другим етапом є виявлення наявності синергії з основним видом діяльності. Можна подумати на тим, що використовувати існуючий транспортний парк, задіяний у доставці кондитерських виробів, у непікові години для пасажирських перевезень.

Також можна запропонувати послуги перевезень як частину комплексного пакету для корпоративних клієнтів (доставка солодоців + пасажирські перевезення).

Третій етапом є розкриття технологічних рішень. Пропонуємо запустити мобільний додаток або веб-платформу для бронювання поїздок. Інтегрувати продаж квитків із онлайн-магазином кондитерських виробів, пропонуючи знижки або бонуси на продукцію за замовлення перевезень.

Четвертим етапом можна запропонувати розширення послуг. Почати з надання послуг трансферів (з аеропортів, вокзалів, туристичних маршрутів). Запропонувати оренду транспорту для корпоративних заходів або перевезення груп. Впровадити концепцію "солодкого маршруту": організація перевезень із дегустаціями продукції «Світоч» під час поїздок.

Постійно проводити моніторинг та вдосконалення. Постійно збирати зворотний зв'язок від клієнтів для поліпшення сервісу. Регулярно аналізувати фінансові показники для оцінки ефективності напрямку.

На останньому етапі доцільно зосередитися на партнерстві та співпраці. Укласти угоди з туристичними компаніями, готелями, школами та іншими організаціями для надання послуг перевезень. Залучити місцеві громади до співпраці в рамках соціальних проєктів, наприклад, екскурсій для школярів.

У таблиці 3.5 наведено узагальнені напрямки отримання доходу від надання послуг пасажирських перевезень. При визначенні відсотку зростання доходу від реалізації послуги орієнтувались на показник аналогічного доходу ТОВ «ЛКФ «Світоч» у 2019 р.

А саме у 2019 р. ТОВ «ЛКФ «Світоч» отримала чистий дохід від реалізації послуг у розмірі 2359 тис. грн. Висунимо припущення, що окреслена сума мала структуру:

послуги перевезень як частину комплексного пакету для корпоративних клієнтів – 14,5%;

веб-платформу для бронювання поїздок – 0,5%;

надання послуг трансферів (з аеропортів, вокзалів, туристичних маршрутів) – 20%;

оренду транспорту для корпоративних заходів або перевезення груп – 30% ;

угоди з туристичними компаніями, готелями, школами та іншими організаціями для надання послуг перевезень – 20%;

залучити місцеві громади до співпраці в рамках соціальних проєктів, наприклад, екскурсій для школярів – 15%.

Отже, як додатково розвивати окреслені напрямки можна збільшити рівень чистого доходу від реалізації послуг. У таблиці 3.5 наведено припущення, щодо зростання доходу від реалізації послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку надання послуги з переведення пасажирів.

Таблиця 3.5 – Припущення, щодо зростання доходу від реалізації послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку надання послуги з переведення пасажирів

Послуги	Припущення (зростання доходу від реалізації послуги е % до 2019 р.)				Припущення (зростання доходу від реалізації послуги)			
	1	2	3	4	1	2	3	4
послуги перевезень як частину комплексного пакету для корпоративних клієнтів	5%	6%;	7%	8%	359,16	362,58	366,00	369,42
веб-платформу для бронювання поїздок	0,2%	0,3%	0,4%	0,5%	11,82	11,83	11,84	11,85
надання послуг трансферів (з аеропортів, вокзалів, туристичних маршрутів)	2,3%	2,4%	2,5%	2,6%	481,24	483,12	485,95	484,07
оренду транспорту для корпоративних заходів або перевезення груп	5%	6%;	7%	8%	743,09	750,16	757,24	764,32
Укласти угоди з туристичними компаніями, готелями, школами та іншими організаціями для надання послуг перевезень	10%	11%	12%	13%	518,98	523,70	528,42	533,13
Залучити місцеві громади до співпраці в рамках соціальних проектів, наприклад, екскурсій для школярів.	1,5%	2%	2,5%	3%	359,158	360,927	362,696	364,466

Отже відповідно до таблиці 3.5 виконано розрахунок припущень, щодо зростання чистого доходу від реалізації послуг. За припущенням 1 зростання чистого доходу становитиме 1954,46 тис. грн., припущення 2 – 1968,62 тис. грн, припущення 3 – 1983,73 тис грн і припущення 4 – 1994,12 тис. грн

відносно 2019 р. На рисунку 3.5 наведено прогностні значення чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку напрямку пасажирських перевезень.

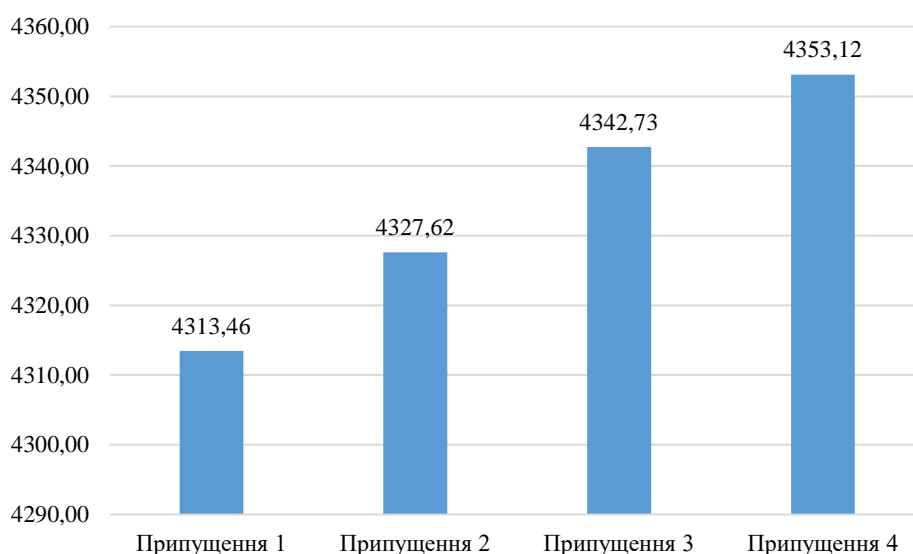


Рисунок 3.5 – Припущення чистого доходу від реалізації послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку напрямку пасажирських перевезень

Встановлено, що за умови реалізації припущення 1, маємо зростання чистого доходу від реалізації послуг до 4313,46 тис. грн. За умови реалізації припущення 2 – чистий дохід становитиме 4327,62 тис. грн. За припущенням 3 маємо 4342,73 тис. грн. і за припущенням 4 – 4353,12 тис. грн.

Виходячи із окреслених розрахунків пропонуємо виконати планування чистого доходу від реалізації продукції. На рисунку 2.1 наведено структуру чистого доходу і саме за цією структурою пропонуємо визначити прогностні значення чистого доходу на чотири наступні періоди.

Планування обсягу чистого доходу за кава або продукти на основі кави, вафлі або продукти на основі вафель, цукерки шоколадні та шоколад у платинах здійснювати на основі рівняння лінії тренду. Для цього побудуємо окреслені рівняння.

На рисунку 3.6 наведено рівняння лінії тренду за чистим доходом від реалізації кава або продукти на основі кави, вафлі або продукти на основі вафель ТОВ «ЛКФ «Світоч».

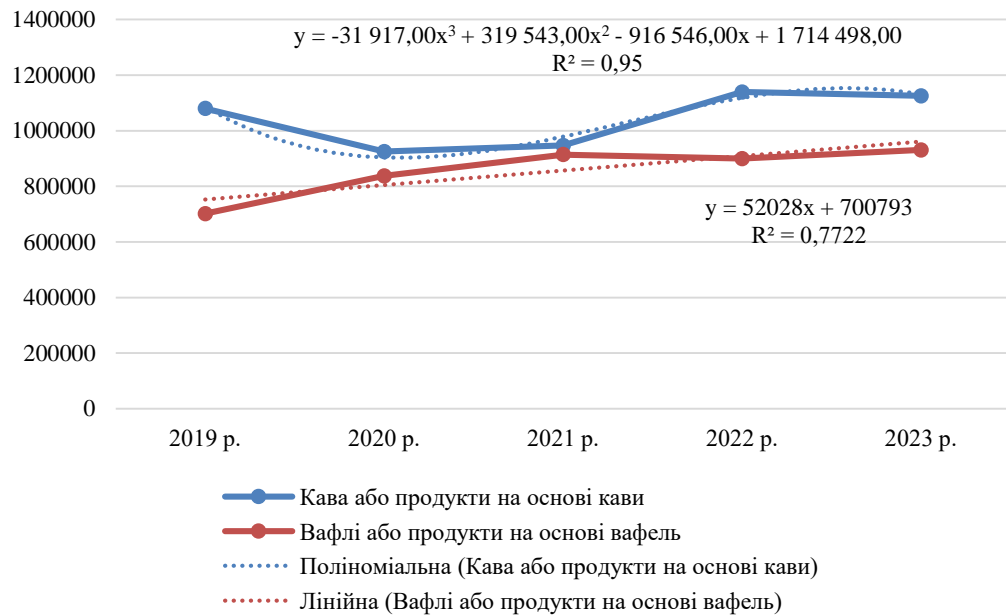


Рисунок 3.6 – Рівняння лінії тренду за чистим доходом від реалізації кава або продукти на основі кави, вафлі або продукти на основі вафель ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Пропонуємо використати окреслені рівняння та визначити прогностний обсяг чистого доходу від реалізації кави або продукти на основі кави за припущенням 1:

$$Y_{\text{прип. 1}} = -31917 \times (1^3) + 319543 \times (1^2) - 916546 \times 1 + 1714498$$

$$Y_{\text{прип. 1}} = 1085489 \text{ тис. грн}$$

Аналогічним чином виконаємо розрахунок прогностного чистого доходу від реалізації продукції за умови припущення 2, 3, 4. Припущення чистого доходу від реалізації вафлі або продукти на основі вафель здійснюється аналогічним чином.

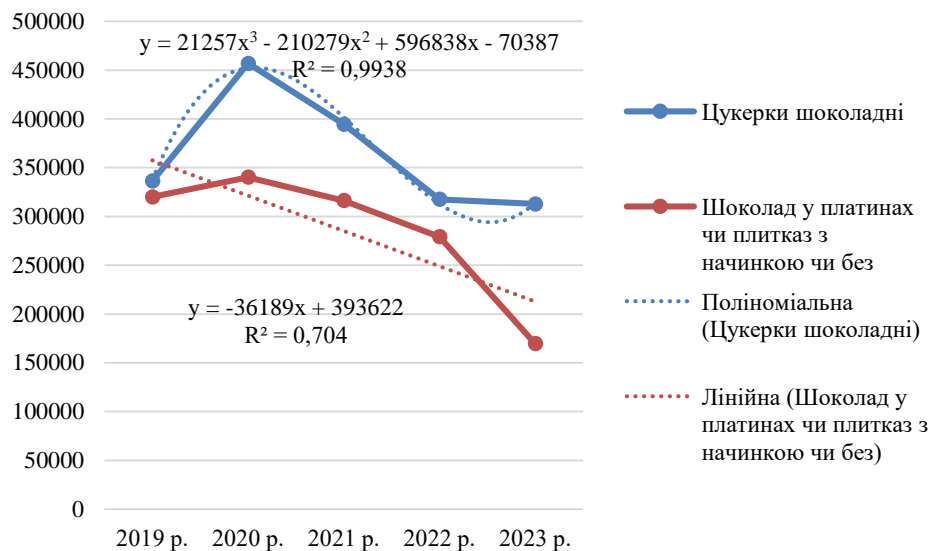


Рисунок 3.7 – Рівняння лінії тренду за чистим доходом від реалізації цукерок шоколадник, шоколад у платинах чи плитка з начинкою чи без ТОВ «ЛКФ «Світоч»

На рисунку 3.7 наведено лінії тренду за чистим доходом від реалізації цукерок шоколадник, шоколад у платинах чи плитка з начинкою чи без ТОВ «ЛКФ «Світоч». За допомогою рівнянь можна визначити прогнозні значення за припущеннями.

Таблиця 3.6 – Узагальнені результати планування чистого доходу від реалізації продукції за видами продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч», тис. грн.

Категорія товарів	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
Кава або продукти на основі кави	1125443	1085489	1075356,443	1065204,54	1055033,11
Вафлі або продукти на основі вафель	930936	1038981,5	1040542,37	1043143,82	1064996
Цукерки шоколадні	312819	344499,247	349067,9371	351309,223	353521,972
Шоколад у платинах чи плитка з начинкою чи без	169612	213038,89	215210,23	216295,9	218105,35
Дохід від реалізації послуг (розвиток напрямку пасажирських перевезень)	0	4313,46	4327,62	4342,73	4353,12

Категорія товарів	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
Разом чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	2538810	2686322,09	2684504,60	2680296,22	2696009,56

У таблиці 3.6 наведено прогнозні значення чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч». Отже за умови припущення 1, маємо плановий обсяг чистого доходу від реалізації кави або продуктів на основі кави 1085489 тис. грн., що на 3,5% менше ніж у 2023 р. За умови припущення 2 маємо також зниження чистого доходу від продажу кави на 4,4%, припущення 3 на 5,35% і припущення 4 на 6,2% відносно 2023 р.

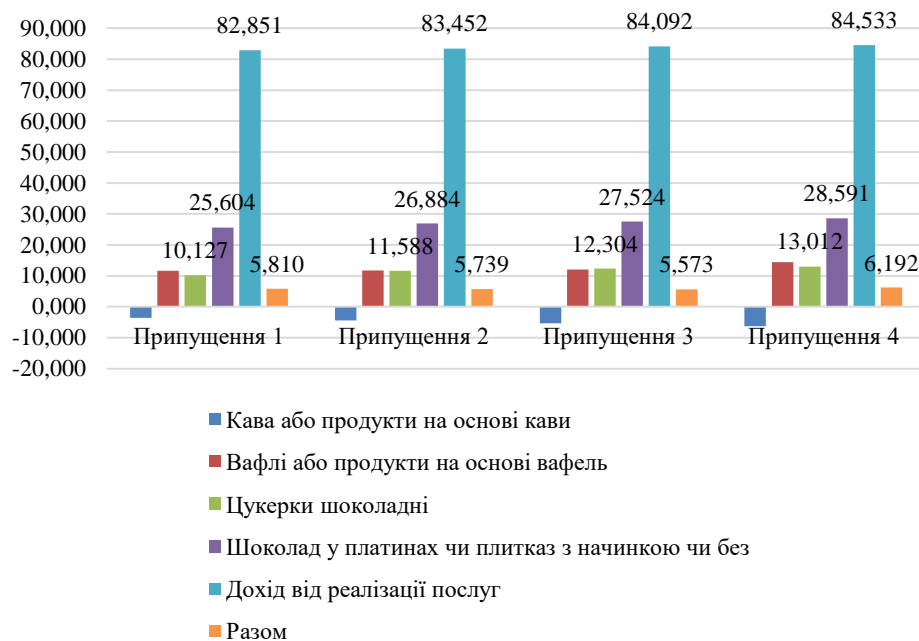


Рисунок 3.8 – Відносне відхилення прогнозного значення від 2023 р. за чистим доходом від реалізації продукції за категоріями ТОВ «ЛКФ «Світоч»

За прогнозним обсягом чистого доходу від реалізації продукції за вафлями або продуктами на основі вафель маємо зростання за всіма варіантами припущень. А саме припущення 1 маємо зростання до 930936 тис. грн, припущення 2 до 1038981,5 тис. грн, припущення 3 до 1040542,37 тис.

грн, припущення 4 до 1043143,82 тис. грн і припущення 5 до 1064996 тис. грн.

Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції за цукерками також показує позитивну динаміку. За іншими прогнозними значеннями чистого доходу від реалізації також маємо зростання.

Аналізуючи загальний обсяг чистого доходу від реалізації продукції за припущенням 1, зазначимо що його обсяг ставить 2686322,09 тис. грн, що на 5,8% більше ніж у 2023 р. За умови припущення 2 маємо зростання чистого доходу до 2684504,6 тис. грн або на 5,73%. При реалізації припущення 3 маємо зростання чистого доходу на 5,573% відносно 2023 р. або до 2680296,22 тис. грн. За умови реалізації найбільш оптимістичного припущення маємо зростання чистого доходу до 2696009,56 тис. грн або на 6,192% відносно 2023 р.

Отже за умови розвитку надання послуг з пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч» маємо можливість отримати додатковий чистий дохід від реалізації продукції. У наступному параграфі пропонуємо визначити, як зміни чистого доходу вплине на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».

3.3. Планування рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку надання послуг з пасажирських перевезень

У попередньому розділі було запропоновано збільшити обсяг чистого доходу від реалізації продукції за рахунок розвитку напрямку пасажирських перевезень. Цей напрямком є дуже перспективним виходячи із географічного розташування ТОВ «ЛКФ «Світоч» на наявного у нього парку автобусів та іншого транспорту. У таблиці 3.6 наведено прогнозний обсяг чистого доходу від реалізації, що був отриманий за рахунок прогнозування зміни виручки від

продажу товарів, а також доходу отриманого вЗ.ід пасажирських перевезень. Наступним кроком пропонуємо визначити, як окреслені пропозиції вплинуть на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Почнемо з розрахунку планових показників фінансово-економічних факторів конкурентоспроможності. Для цього першим кроком виконаємо розрахунок планових показників діяльності підприємства, а саме обсягу дебіторської та кредиторської заборгованості. Останній пропонуємо визначати на базі рівняння лінії тренду, яку побудовано за даними 2019-2023 рр.

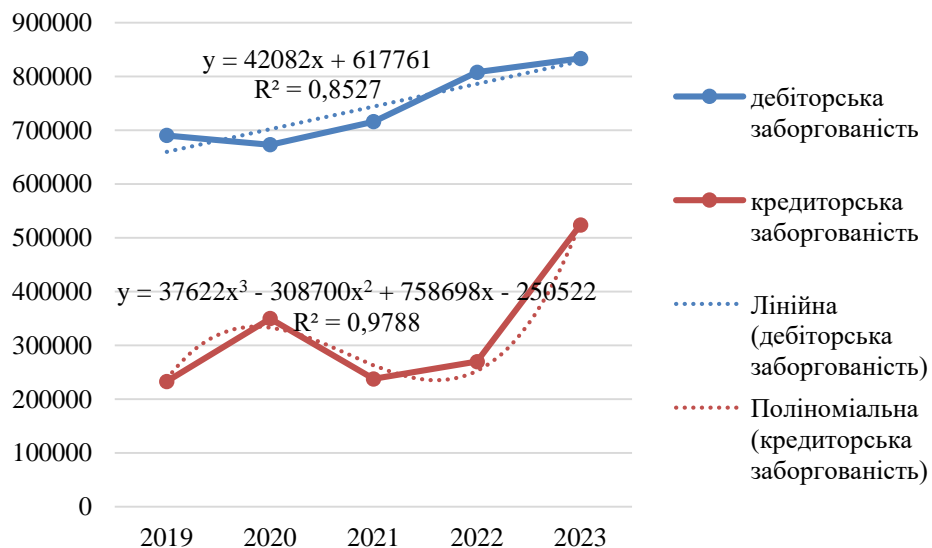


Рисунок 3.9 - Рівняння лінії тренду, що побудовані за обсягом дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч»

На рисунку 3.9 наведено рівняння лінії тренду, що побудовані за обсягом дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «ЛКФ «Світоч». За допомогою рівнянь можна виконати прогнозування обсягу заборгованого і потім визначити інкасації оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості. Також можна розрахунок значення коефіцієнту співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості.

Далі визначимо можливість прогнозування обсягу оборотних активів та загальної вартості всіх активів ТОВ «ЛКФ «Світоч». Запропоновано виконувати прогнозування на основі виявлення наявності кореляційної залежності між вартістю оборотних активів та вартістю дебіторської заборгованості. Остання має місце та виражається рівнянням 3.5

$$O_a = -338096,52 + 1,866 \times D_z \quad (3.5)$$

Справедливість розробленої моделі визначається на базі коефіцієнту детермінації 0,76 част.од та кореляції 0,87 част.од. Тому рівняння 3.5 можна використовувати на визначення планового значення обсягу оборотних активів на базі обсягу дебіторської заборгованості.

Аналогічним методом запропоновано визначати показник вартості активів на базі показника вартості оборотних активів. Рівняння кореляційно-регресивної залежності представлено у формулі 3.6.

$$A = 494827,78 + 1,45 \times O_a \quad (3.6)$$

Розроблена залежність (формула 3.6) можна використовувати для прогнозування показника вартості активів ТОВ «ЛКФ «Світоч» адже коефіцієнт детермінації складає 0,74 част.од, кореляції 0,86 част.од.

Наступним кроком виконаємо прогнозування собівартості реалізованої продукції. Для цього було виявлено наявність кореляційно-регресивної залежності між обсягом собівартості реалізованої продукції та виручкою від реалізації продукції.

$$C = -291286,06 + 1,004 \times D \quad (3.7)$$

Розроблене рівняння кореляційно-регресивної залежності надає можливість визначити прогнозне значення собівартості реалізованої

продукції. Коефіцієнт детермінації окресленого рівняння становить 0,59 част.од, кореляційні 0,76 част.од.

Далі пропонуємо виконати прогнозування чистого фінансового результату шляхом виявлення наявності кореляційної залежності між показниками. Знайдено наявність кореляційно-регресивної залежності між обсяг чистого фінансового результату та собівартістю реалізованої продукції.

$$P = 1906463,99 - 0,813 \times C \quad (3.8)$$

Розроблене рівняння окреслює залежність зміни чистого фінансового результату від собівартості реалізованої продукції. Коефіцієнт детермінації становить 0,613 част.од, а кореляції 0,782 част.од.

Для визначення прогнозних значень складових фінансово-економічних факторів конкурентоспроможності необхідно розрахувати прогнозні значення обсягу поточних та сукупних зобов'язань. Для цього пропонуємо скористатися рівнянням лінії тренду адже наявність кореляційної залежності знайдено не було.

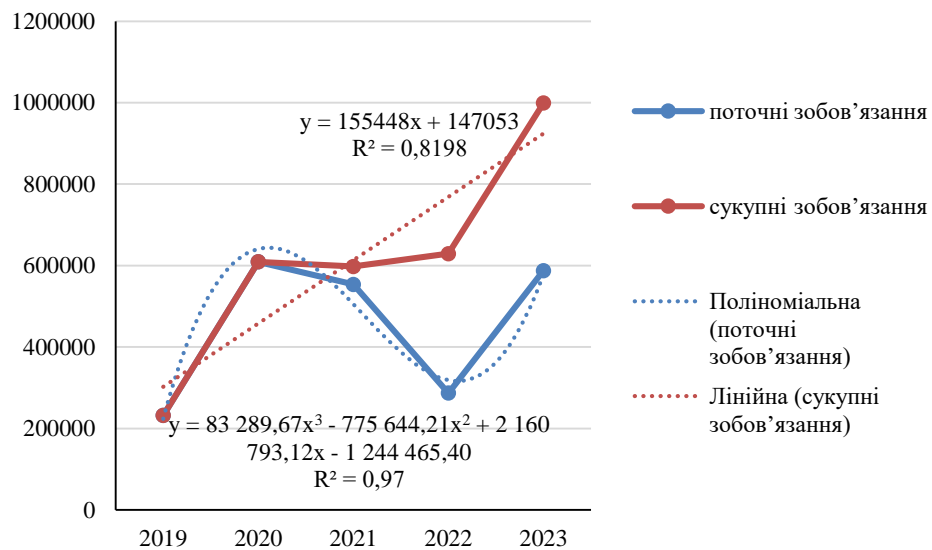


Рисунок 3.10 – Рівняння лінії тренду поточних та сукупних зобов'язань ТОВ «ЛКФ «Світоч».

Отже встановлено, що зміну обсягу поточних зобов'язань можна описати лінійним рівнянням. Зміну сукупних зобов'язань можна представили поліноміальним рівнянням (рисунок 3.10). За умови використання окреслених рівнянь визначено прогностні значення показників.

У таблиці 3.7 узагальнено прогнотовані значення показників діяльності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови реалізації сукупності припущень. При цьому були використані рівняння, що наведені на рисунках 3.9 та 3.10, а також формулах 3.5-3.8.

Таблиця 3.7 – Планові показники діяльності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови реалізації припущень

Показник, тис. грн	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
чистий фінансовий результат	136701	276128,95	266759,01	248019,1145	229279,2227
собівартість реалізованої продукції	2123831	2003313,4	2014826,9	2037854,025	2060881,118
оборотні активи	1301841	1246679,3	1254532,5	1270238,961	1285945,412
поточні зобов'язання	587584	768845	831024,2	877658,6	893203,4
сукупні зобов'язання	999076	1033978,3	1158772,3	1296038,857	1033978,254
активи	2309989	2284641,8	2296105,4	2319032,573	2341959,737
чистий дохід від реалізації продукції	2538810	2686322,1	2684504,6	2680296,218	2696009,557
дебіторська заборгованість	833280	849212	853420,2	861836,6	870253
кредиторська заборгованість	524033	537413,78	568119,72	668865,808	574339,6298

Отже, було розраховано прогностні значення показників діяльності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови реалізації припущень. Встановлено, за умови реалізації пропущення 1 маємо зростання чистого фінансового результату 101,99% відносно 2023 р. Таке прогностне зростання є очікувальним, якщо орієнтуватися на показники чистого доходу отриманого у 2019-2023 рр. Собівартість реалізованої продукції знижується відносно 2023 р. на 5,67%

також зниження має місце за показником оборотних активів (-4,23%). В свою чергу за поточними зобов'язаннями маємо зростання на 30,84% відносно 2023 р. Сукупні зобов'язання (тобто поточні зобов'язання та довгострокові зобов'язання) за припущенням 1 також зростають на 3,49%. Аналізуючи вартість активів зазначимо, що за умови припущення 1 маємо їх зниження на 1,09% відносно 2023 р.

Окремо зазначимо зміну чистого доходу від реалізації продукції, який зростає за умови розвитку напрямку пасажирських перевезень на 5,9% відносно 2023 р. Маємо також зростання дебіторської заборгованості на 1,91% та кредиторської заборгованості на 2,55% відносно 2023 р.

Маючи прогностні значення показників діяльності ТОВ «ЛКФ «Світоч» переходимо до розрахунку коефіцієнтів, що виражають фактори конкурентоспроможності у напрямку фінансово-економічного стану. Останні наведені у таблиці 3.8.

Розраховані значення коефіцієнтів за пропущеннями необхідно представити у вигляді індексів, розрахунок яких наведений у параграфі 1.2. Потім на основі цих індексів визначається бальний вираз за кожним із коефіцієнтів.

Таблиця 3.8 - Розрахунок коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Фінансово-економічні фактори	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
коефіцієнт рентабельності продукції	0,064	0,138	0,132	0,122	0,111
коефіцієнт загальної ліквідності	2,216	1,621	1,510	1,447	1,440
коефіцієнт фінансової напруженості	0,433	0,453	0,505	0,559	0,442
коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості	3,047	3,163	3,146	3,110	3,098
коефіцієнт інкасації кредиторської	4,845	4,999	4,725	4,007	4,694

Фінансово-економічні фактори	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
заборгованості					
коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,099	1,176	1,169	1,156	1,151
коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	1,590	0,138	0,132	0,122	0,111

Опираючись на дані таблиці 3.8 маємо, що за припущенням 1 коефіцієнт рентабельності продукції зростає 0,073 част.од, коефіцієнт загальної ліквідності знижується на 0,594 част.од. Коефіцієнт фінансової напруженості зростає до 0,453 част.од або на 0,02 част.од відносно 2023 р. За коефіцієнтом інкасації дебіторської заборгованості маємо динаміку до її зростання, за коефіцієнтом інкасації кредиторської заборгованості також маємо зростання.

Наступним кроком переходимо до визначення бального виразу показників впливу фінансово-економічних факторів на рівень конкурентоспроможності. При цьому базове значення відносно якого визначається індекс, а потім і бальний вираз обрано показники 2023 р. Адже при розгляді припущень неможна використовувати ланцюговий метод. Результати бального виразу наведені у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 – Бальний виразі коефіцієнтів, що визначають вплив фінансово-економічних факторів на рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Фінансово-економічні фактори	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
коефіцієнт рентабельності продукції	1	4	4	3	3
коефіцієнт загальної ліквідності	0	0	0	0	0
коефіцієнт фінансової напруженості	0	0	0	0	0
коефіцієнт інкасації	0	1	1	1	1

Фінансово-економічні фактори	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
дебіторської заборгованості					
коефіцієнт інкасації кредиторської заборгованості	0	1	0	0	0
коефіцієнт оборотності оборотних активів	0	1	1	1	1
коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	0	2	1	1	1
Разом балів	1	9	7	6	6

Виходячи з інформації, що наведена у таблиці 3.9 маємо, що за умови розвитку напрямку пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч» присуне зростання бального виразу рівня конкурентоспроможності за фінансово-економічними факторами. При цього за припущення 1 маємо найбільший бальний вираз коефіцієнтів.

Аналогічним чином було виконано прогнозування показників, що є складовими техніко-технологічних факторів, трудових факторів, ринкових факторів.

При визначенні бального виразу за техніко-технологічними факторами виконано прогнозування значення показників : фондівдачі, коефіцієнту оновлення основних засобів та завантаження основних виробничих засобів. Для цього були використані підходи: кореляційно-регресивний та побудова рівняння лінії тренду. Потім отримані значення коефіцієнтів були прирівняні до показників 2023 р. та переведені у бальний вираз.

За трудовими факторами проведено розрахунок планових показників продуктивності праці, коефіцієнту співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу та коефіцієнту звільнення. При плануванні було враховано, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» намагається зберегти персонал, тому середньооблікову чисельність запропоновано залишити на рівні 2023 р.

Ринкові фактори визначені за умови, що ТОВ «ЛКФ «Світоч» розвиває напрямок перевезення пасажирів, тому ринкова частки вираховувалась без урахування додаткового чистого доходу від реалізації продукції. В свою чергу зростання маємо за показником ефективності використання маркетингових витрат.

У таблиці 3.10 наведено бальний вираз факторів конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущеннями, що визначено на основі методики прописаної у параграфі 1.2. Прогнозування проведення по аналогії із фінансово-економічними факторами, які детально прописані вище по параграфу.

Таблиця 3.10 – Узагальнені результати бального виразу складових рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущеннями

Фактори рівня конкурентоспроможності	2023 р.	Припущення 1	Припущення 2	Припущення 3	Припущення 4
Фінансово-економічні фактори, балів	0	9	7	6	6
Техніко-технологічні фактори, балів	2	4	4	3	2
Трудові фактори, балів	2	3	3	2	2
Ринкові фактори, балів	1	2	2	1	1
Рівень конкурентоспроможності, бали	5	18	16	12	11

Отже у параграфі 3.2 запропоновано розвивати напрямок перевезення пасажирів ТОВ «ЛКФ «Світоч», адже на це є технічна можливість та великий потенціал Львівської області. Запропоновано механізм розвитку надання послуг з пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч» (рисунок 3.4). Окреслені припущення, щодо зростання доходу від реалізації послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» за умови розвитку надання послуги з переведення пасажирів (таблиця 3.5). На основі припущень виконано розрахунок чистого доходу від надання послуг (рисунок 3.5). Встановлено, що за умови надання послуги з переведення пасажирів ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущенням 1, маємо

зростання чистого доходу від реалізації послуг до 4313,46 тис. грн. За наступними трьома припущеннями маємо зростання чистого доходу від надання послуг.

Також розглянуто динаміку чистого доходу від реалізації продукції за її видами ТОВ «ЛКФ «Світоч». Встановлено, що можливо знайти резерв зростання чистого доходу від реалізації кави або продуктів на основі кави до 1085489 тис. грн. за припущенням 1, до 1075356,443 тис. грн. за припущенням 2, до 1065204,54 тис. грн. за припущенням 3 і до 1055033,11 тис. грн. за припущенням 4. За іншою номенклатурою продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» також маємо позитивну динаміку до зростання.

Розглядаючи зміни у чистому доході від реалізації продукції за різними сценаріями, можна відзначити позитивну динаміку в усіх припущеннях:

за першим припущенням чистий дохід досягає 2 686 322,09 тис. грн, що перевищує рівень 2023 року на 5,8%;

за другим припущенням передбачається зростання доходу до 2 684 504,6 тис. грн, що становить приріст у 5,73%;

за третім припущенням демонструє підвищення доходу до 2 680 296,22 тис. грн, що відповідає приросту на 5,573%;

найоптимістичніше припущення показує максимальний результат із доходом 2 696 009,56 тис. грн, що перевищує показник 2023 року на 6,192%.

Після визначення прогнозних значень чистого доходу від реалізації продукції та надання послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» було проведено прогнозування значень показників за групами факторів конкурентоспроможності. Проведено розрахунок прогнозних значень коефіцієнтів груп факторів та переведення їх у бальний вираз у відповідно до шкали (таблиця 1.1). На базі бального виразу груп факторів можна переходити до визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» (таблиця 1.2). На рисунку 3.11 наведено значення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущеннями.

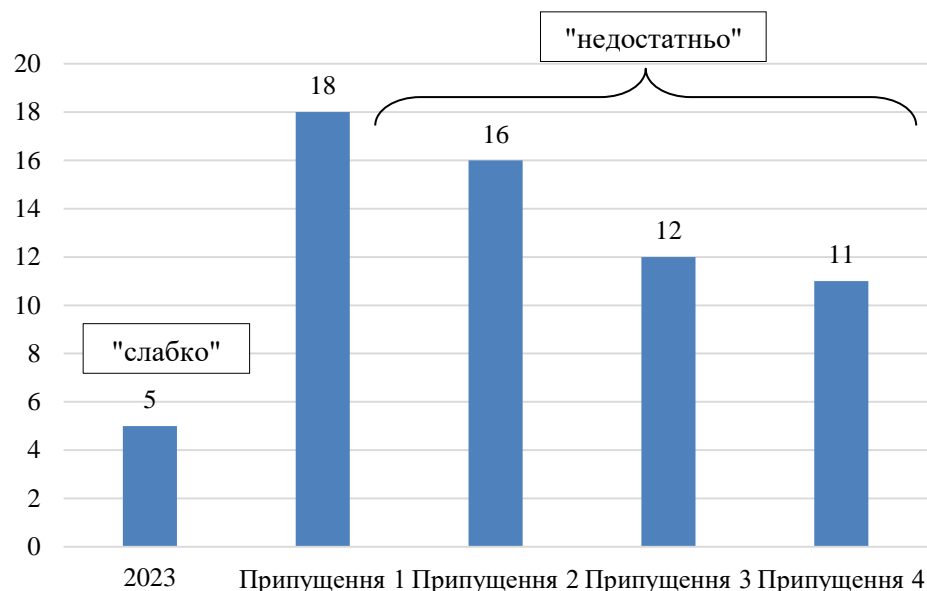


Рисунок 3.11 – Рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущеннями

Отже за умови за розвитку напрямку пасажирських перевезень маємо зростання загального бального виразу рівня конкурентоспроможності : за припущенням 1 до 18 балів, отже рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» є «недостатнім». Наступні припущення також показують зростання бального виразу у порівнянні до 2023 р. або відносно припущення 1 маємо зниження.

Виходячи з вище наведеного можна зробити висновок, що розвиток напрямку пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч» буде мати позитивний результат та підвищить рівень конкурентоспроможності аналізованого підприємства.

Висновок до розділу 3

Розробки механізму забезпечення конкурентоспроможності за рахунок зростання чистого доходу від реалізації пропонуємо починати з виявлення

потенціалу зростання доходу від надання послуг. Відповідно до класифікації КВЕД ТОВ «ЛКФ «Світоч» додатково здійснює:

49.31 «Пасажирський наземний транспорт міського та приміського сполучення» ; 49.41 «Вантажний автомобільний транспорт».

Тобто підприємство надає додаткові послуги з перевезення пасажирів та вантажу, тому можна зробити висновок про наявність у ТОВ «ЛКФ «Світоч» парку автомобілів. Виходячи з цього пропонуємо окреслити можливість зростання доходу від послуг з перевезення.

Розроблено Механізм розвитку надання послуг з пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Висунимо припущення, про можливість зростання чистого доходу від надання послуг: послуги перевезень як частину комплексного пакету для корпоративних клієнтів – 14,5%; веб-платформу для бронювання поїздок – 0,5%; надання послуг трансферів (з аеропортів, вокзалів, туристичних маршрутів) – 20%; оренду транспорту для корпоративних заходів або перевезення груп – 30% угоди з туристичними компаніями, готелями, школами та іншими організаціями для надання послуг перевезень – 20%; залучити місцеві громади до співпраці в рамках соціальних проєктів, наприклад, екскурсій для школярів – 15%.

Розраховані 4 варіанти реалізації припущень із зростання чистого доходу від реалізації послуг (Також розглянуто динаміку чистого доходу від реалізації продукції за її видами ТОВ «ЛКФ «Світоч». Встановлено, що можливо знайти резерв зростання чистого доходу від реалізації кави або продуктів на основі кави до 1085489 тис. грн. за припущенням 1, до 1075356,443 тис. грн. за припущенням 2, до 1065204,54 тис. грн. за припущенням 3 і до 1055033,11 тис. грн. за припущенням 4.. За іншою номенклатурою продукції ТОВ «ЛКФ «Світоч» також маємо позитивну динаміку до зростання.

Розглядаючи зміни у чистому доході від реалізації продукції за різними сценаріями, можна відзначити позитивну динаміку в усіх припущеннях: за

першим припущенням чистий дохід досягає 2 686 322,09 тис. грн, що перевищує рівень 2023 року на 5,8%; за другим припущенням передбачається зростання доходу до 2 684 504,6 тис. грн, що становить приріст у 5,73%; за третім припущенням демонструє підвищення доходу до 2 680 296,22 тис. грн, що відповідає приросту на 5,573%;

найоптимістичніше припущення показує максимальний результат із доходом 2 696 009,56 тис. грн, що перевищує показник 2023 року на 6,192%.

Після визначення прогнозних значень чистого доходу від реалізації продукції та надання послуг ТОВ «ЛКФ «Світоч» було проведено прогнозування значень показників за групами факторів конкурентоспроможності.

Проведено розрахунок прогнозних значень коефіцієнтів груп факторів та переведення їх у бальний вираз у відповідно до шкали. На базі бального виразу груп факторів можна переходити до визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч»

Наведено значення рівня конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» за припущеннями. Отже за умови за розвитку напрямку пасажирських перевезень маємо зростання загального бального виразу рівня конкурентоспроможності : за припущенням 1 до 18 балів, отже рівень конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» є «недостатнім». Наступні припущення також показують зростання бального виразу у порівнянні до 2023 р. або відносно припущення 1 маємо зниження.

Виходячи з вище наведеного можна зробити висновок, що розвиток напрямку пасажирських перевезень ТОВ «ЛКФ «Світоч» буде мати позитивний результат та підвищить рівень конкурентоспроможності аналізованого підприємства.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційної роботи здійснено теоретичне й методичне обґрунтування сутності конкурентоспроможності промислових підприємств, а також аналіз її поточного стану із врахуванням особливостей кондитерської галузі. Розглянуто наукові підходи до визначення конкурентоспроможності, які враховують внутрішні характеристики підприємств (ресурсний потенціал, управлінські компетенції, здатність до інновацій) та зовнішні фактори (ринкова кон'юнктура, вплив споживачів і конкурентів).

Представлено методичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємств, зокрема, кількісні та якісні методи аналізу. Серед них виділено бенчмаркінг, SWOT-аналіз, оцінювання ринкової частки та використання інтегральних показників у межах багатокритеріального підходу.

Проведено аналізу сучасного стану конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі. Охарактеризовано особливості функціонування галузі, виявлено її сильні й слабкі сторони, а також окреслено ключові виклики, зокрема підвищення ефективності виробництва, розвиток інноваційної діяльності та розширення експортного потенціалу. Узагальнено науково-методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності, пропонує інструментарій для її аналізу та акцентує увагу на практичних аспектах підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі.

Методика оцінювання рівня конкурентоспроможності, розроблена в межах дослідження, була апробована на прикладі ТОВ «ЛКФ «Світоч» за період 2019–2023 рр. Проведено аналіз техніко-економічних показників діяльності підприємства, який засвідчив ефективне використання наявних ресурсів у зазначений період.

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства здійснювалася з використанням розрахунків коефіцієнтів, що характеризують фінансово-

економічні, техніко-технологічні, трудові та ринкові чинники. Для аналізу темпів змін цих коефіцієнтів використовувалася методика переведення їх у бальні оцінки. За результатами оцінки виявлено, що у 2019–2021 рр. рівень конкурентоспроможності підприємства був «слабким». У 2022 р. спостерігалось покращення, і рівень конкурентоспроможності досяг «недостатнього». Проте у 2023 р. ситуація погіршилася, і рівень конкурентоспроможності знизився до «слабкого» з бальною оцінкою 5 балів.

З метою визначення резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства було застосовано методи факторного та кореляційно-регресивного аналізу. Факторний аналіз коефіцієнта інкасації дебіторської заборгованості показав, що його зниження може уповільнити надходження грошових коштів, що негативно вплине на фінансову стійкість і ліквідність підприємства, а також призведе до дефіциту обігових коштів і обмеження можливостей для розвитку.

Кореляційно-регресивний аналіз показав наявність залежностей між показниками рентабельності продукції, чистим фінансовим результатом та собівартістю реалізованої продукції. Також встановлено, що продуктивність праці та фондівіддача залежать від чистого доходу від реалізації продукції. Проведено розрахунки, які показали мінімальний рівень зростання чистого доходу, необхідний для покращення конкурентоспроможності за техніко-технологічними та трудовими чинниками.

Аналіз ринкових факторів підтвердив залежність чистого доходу від ефективності витрат на маркетинг. Встановлено, що для збільшення чистого доходу на 4,9% порівняно з 2023 р. необхідно забезпечити оптимальний рівень ефективності маркетингових заходів.

Загалом, результати дослідження окреслюють ключові напрями для покращення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» у майбутньому.

Для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч» запропоновано механізм забезпечення зростання чистого доходу за рахунок розширення напрямків надання послуг. Зокрема, враховано потенціал доходу

від послуг перевезень, оскільки підприємство вже здійснює діяльність за КВЕД 49.31 («Пасажирський наземний транспорт міського та приміського сполучення») і 49.41 («Вантажний автомобільний транспорт»).

Розроблено сценарії розвитку напряму пасажирських перевезень, включаючи: інтеграцію перевезень у пакети для корпоративних клієнтів, створення веб-платформи для бронювання, організацію трансферів, оренду транспорту для заходів та співпрацю з туристичними компаніями. За прогнозами, зростання чистого доходу від цих послуг може досягти до 6,19% у найоптимістичнішому сценарії.

Також розглянуто динаміку чистого доходу від реалізації продукції підприємства, зокрема кави та продуктів на її основі. Залежно від припущень, прогнозується приріст доходу від 5,57% до 5,8%.

Після оцінки прогнозних значень доходів проведено розрахунок бальних оцінок рівня конкурентоспроможності підприємства за групами факторів. У результаті рівень конкурентоспроможності у найкращому сценарії зріс до 18 балів, що відповідає «недостатньому» рівню, але демонструє позитивну динаміку.

Таким чином, розвиток напряму пасажирських перевезень та оптимізація реалізації продукції сприятимуть зростанню конкурентоспроможності ТОВ «ЛКФ «Світоч».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамик В., Вербицька Г. (2007) Світова економіка та зовнішньоекономічна діяльність. *Вісник ТНЕУ*, № 3. С. 7-16.
2. Адамик В. (2012). Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. Вип. 1. С. 69-78.
3. Бечко П.К., Голобородько Я.О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_7_14
4. Бочко О.Ю., Кожушко П.І. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>
5. Бурачек І.В., Біленчук О.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 14. С. 288-293.
6. Гохберг О.Ю. Конкурентоспроможність бізнесу: теоретико-методологічні основи аналізу. *Вісник Львівської державної фінансової академії*. 2010. Вип. 18. С. 50–56.
7. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. Вип. 78 ч. 2. С. 35-38.
8. Діденко Є.О., Жураківський П.І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
9. Дмитренко Н.М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Дніпро, 2008. 6 с.

10. Довбня, С., Красіна, К. Комплексна оцінка конкурентоспроможності та обґрунтування стратегії її підвищення на підприємствах кондитерської промисловості. *Економіка та суспільство*, 2023. (57). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-117>
11. Должанський І.З, Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Київ, 2006. 384 с.
12. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>
13. Калюжний В. Я, Зубко Т.Л. Підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2015. Вип. 3. С. 127-132.
14. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. Вип. 5. С. 45-50.
15. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: монографія; за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О.Є. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
16. Кухарук А. Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 8. С. 136-140.
17. Микитась В.В. Значення інституційного середовища для формування конкурентоспроможної економіки України. Розвиток конкуренції та формування конкурентного середовища в Україні: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (19-20 листопада 2015 р.) Харків, 2015. С. 31-33.
18. Мочерний С.В. Економічна теорія: навчальний посібник. 4-те вид. К.: Академія, 2009. 640 с.

19. Назиров К.З. Сучасні фактори конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. Вип. 18. ч. 3. С. 159-169.

20. Одінцова О.О. Сучасні методи підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1886/1816>

21. Омельченко Т. Конкурентоспроможність українських підприємств у умовах війни. *Економіка і організація управління*. 2022. Вип. 3. ч. 47. С. 94-102. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.3.10>

22. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. Монографія. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. 2011, 180 с.

23. Остапенко А.В. Визначення сутності поняття «конкурентоспроможність галузі». *Бізнес-Інформ*. 2016. № 5. С. 15–23

24. Aitken, J., Harrison, A. Supply governance structures for reverse logistics systems. *International Journal of Operations Production Management*, 2013/ 33(6), 745-764.

25. Scholz-Reiter, B., Kolditz, J., Hildebrandt, T. Engineering autonomously controlled logistic systems. *International Journal of Production Research*, 2008. 47(6), 1449-1468

26. Hooley G.J., Piercy N.F., Rudd J. Marketing strategy and competitive positioning. United Kingdom: Pearson Education Limited, 2016. 584 p.

27. Sullivan M., Kern J. The Digital Transformation of Logistics: Demystifying Impacts of the Fourth Industrial Revolution. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2021. 480 p.

28. Scholz-Reiter B., Kolditz J., Hildebrandt T. Engineering autonomously controlled logistic systems. *International Journal of Production Research*. 2008. № 47(6). P. 1449-1468

29. Суханова А. В. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. (26) URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/382/369>

30. Кошельок Г.В., Царьов О.С. Фактори що впливають на конкурентоспроможність підприємства *Одеський національний економічний університет*. URL : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/213.pdf>

31. Dooranov, A., Orozalieva, A., Parmanasova, A., Katan, V., Horiashchenko, Y. and Nagornyi, Y. Estimation and stimulation of export potential of the innovatively active enterprise based on economic and mathematical modelling. *Acta Innov.* 2021, 41: 56-64.

32. M.K. and Kee, D.M.H. 2022. Fostering sustainability: reinventing SME strategy in the new normal *Foresight*, 24(3-4): 301-318.

33. Rambe, P. and Khaola, P. The impact of innovation on agribusiness competitiveness: the mediating role of technology transfer and productivity. *Eur. J. Innov. Manag.*, 2022. 25(3): 741-773.

34. Sadchenko, O., Lagodiienko, V., Novykova, I., Feshchenko, O., Ruzhynska, N. and Bogdanov, O. 2020. Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. *Int. J. Manag.*, 11(6): 241-251

35. Winzar, H., Baumann, C., Soboleva, A., Park, S.H. and Pitt, D. 2022. Competitive Productivity (CP) as an emergent phenomenon: Methods for modelling micro, meso, and macro levels. *Int. J. Hosp. Manag.*, 105: 103252.

36. Астаф'єва К. О. Сотник С.В. Пропозиції щодо оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. *Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences*. VII International Scientific and Practical Conference. 18 October, 2024. Cambridge, 2024. P. 20-23 URL : <https://archive.logos-science.com/index.php/conference-proceedings/issue/view/28/28>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Дата (рік, місяць, число) 2023 12 31

Підприємство: Товариство з обмеженою відповідальністю «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» за ЄДРПОУ 00382154 за КОАТУУ UA46060250010615203

Територія: Львівська обл., м. Львів, Шевченківський р-н за КОПФГ 240

Організаційно-правова форма господарювання: Товариство з обмеженою відповідальністю за КВЕД 10.82

Вид економічної діяльності: Виробництво какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів

Середня кількість працівників: 793

Адреса: 79019 Україна, Львівська область, м. Львів, вул. Ткацька, 10

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака

Складено за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
станом на 31 грудня 2023 року

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	1000		-	-
первісна вартість	1001		568	-
накопичена амортизація	1002		(568)	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	9	194 338	-
Основні засоби	1010	9	813 810	-
первісна вартість	1011		1 468 598	-
Знос	1012		(654 788)	-
Інвестиційна нерухомість	1015		-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		-	-
інші фінансові інвестиції	1035		-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		-	-
Відстрочені податкові активи	1045	19	-	-
Інші необоротні активи	1090		-	-
Усього за розділом I	1095		1 008 148	-
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	10	459 411	-
виробничі запаси	1101		439 847	-
незавершене виробництво	1102		4 994	-
готова продукція	1103		14 570	-
Поточні біологічні активи	1110		-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	11	700 197	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
за виданими авансами	1130	12	38 464	-
з бюджетом	1135	12	92 817	-
у тому числі з податку на прибуток	1136		-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11	1 802	-
Поточні фінансові інвестиції	1160		-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	13	1 471	-
Готівка	1166		-	-
Рахунки в банках	1167		1 471	-
Витрати майбутніх періодів	1170	14	1 550	-
Інші оборотні активи	1190	14	6 129	-
Усього за розділом II	1195		1 301 841	-
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		-	-
Баланс	1300		2 309 989	-

1

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності.

Продов. дод. А

Пасив	Код рядка	Примітка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований капітал	1400	15	88 111	-
Капітал у дооцінках	1405		-	-
Додатковий капітал	1410		31 141	-
Резервний капітал	1415		-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	15	1 191 661	-
Неоплачений капітал	1425		-	-
Вилучений капітал	1430		-	-
Усього за розділом I	1495		1 310 913	-
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		-	-
Довгострокові кредити банків	1510		-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	16	411 487	-
Довгострокові забезпечення	1520		-	-
Цільове фінансування	1525		-	-
Усього за розділом II	1595		411 487	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600		-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	1610		-	-
товари, роботи, послуги	1615	17	522 992	-
розрахунками з бюджетом	1620	17	143	-
у тому числі з податку на прибуток	1621		-	-
розрахунками зі страхування	1625	17	358	-
розрахунками з оплати праці	1630	17	540	-
за одержаними авансами	1635		-	-
Поточні забезпечення	1660		-	-
Доходи майбутніх періодів	1665		-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	16	63 556	-
Усього за розділом III	1695		587 589	-
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		-	-
Баланс	1900		2 309 989	-

Затверджено до випуску та підписано

Голова комісії з призначення



Марія ЯРЕМКО

24 липня 2024 року

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності.

Додаток Б

Дата (рік місяць число) 2023 12 31
за ЄДРПОУ 00382154

Товариство з обмеженою відповідальністю «Львівська
Підприємство: кондитерська фабрика «Світоч»

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2023 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	20	2 538 810	2 635 805
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	21	(2 123 831)	(2 387 340)
Валовий:				
прибуток	2090		414 979	248 465
збиток	2095		-	-
Інші операційні доходи	2120	24	24 237	8 449
Адміністративні витрати	2130	22	(100 689)	(86 590)
Витрати на збут	2150	23	(22 333)	(12 293)
Інші операційні витрати	2180	24	(37 057)	(59 948)
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток	2190		279 137	98 083
збиток	2195		-	-
Фінансові витрати	2250	25	(47 378)	(28 627)
Втрати від участі в капіталі	2255		-	-
Інші витрати	2270	26	(68 753)	(192 380)
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток	2290		163 006	-
збиток	2295		-	(122 924)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	19	(26 305)	(5 069)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток	2350		136 701	-
збиток	2355		-	(127 993)

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності.

Продов. дод. Б

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		-	-
Накопичені курсові різниці	2410		-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		-	-
Інший сукупний дохід	2445	16	(27 800)	36 549
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		(27 800)	36 549
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		(27 800)	36 549
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		108 901	(91 444)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Матеріальні витрати	2500		1 674 695	1 940 993
Витрати на оплату праці	2505		247 045	230 060
Відрахування на соціальні заходи	2510		54 446	46 225
Амортизація	2515		99 609	93 808
Інші операційні витрати	2520		208 306	235 085
Разом	2550		2 283 910	2 546 171

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Середньорічна кількість простих акцій	2600		-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		-	-
Чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2610		-	-
Скоригований чистий прибуток(збиток) на одну просту акцію	2615		-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650		-	-

Затверджено до випуску та підписано

Голова комісії з фінансування



Марія ЯРЕМКО

24 липня 2024 року

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності.

Додаток В

2023 12 31

Дата (рік, місяць, число) 2023 12 31
 Підприємство: Товариство з обмеженою відповідальністю «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» за ЄДРПОУ 00382154

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за 2023 рік

Форма № 3 Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності				
Надходження від:				
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000		3 614 088	3 121 437
Повернення податків і зборів у тому числі податку на додану вартість	3005		-	-
Цільового фінансування	3010		7 801	6 734
Надходження авансів від покупців і замовників	3015		-	-
Надходження від повернення авансів	3020		22 073	-
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025		-	-
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035		-	-
Надходження від операційної оренди	3040		1 435	724
Інші надходження	3095		175	4 689
Витрачання на оплату:				
Товарів (робіт, послуг)	3100		(1 702 436)	(1 891 599)
Праці	3105		(244 795)	(203 824)
Відрахувань на соціальні заходи	3110		(61 134)	(51 210)
Зобов'язань з податків і зборів	3115		(88 360)	(57 704)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116		(26 650)	(6 493)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117		-	-
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118		(61 709)	(51 211)
Витрачання на оплату авансів	3135		(510 369)	(773 102)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140		-	-
Витрачання на оплату цільових внесків	3145		-	-
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		-	-
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		-	-
Інші витрачання	3190		(3 250)	(2 850)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195		1 035 228	153 295
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності				
Надходження від реалізації:				
необоротних активів	3205		-	-
Надходження від отриманих:				
відсотків	3215		-	-
дивідендів	3220		-	-
Надходження від погашення позик	3230		-	-
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		-	-
Інші надходження	3250		-	-
Витрачання на придбання:				
необоротних активів	3260		(204 762)	(145 336)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		-	-
Витрачання на надання позик	3275		-	-
Інші платежі	3290		-	-

Примітки, що додаються, є невід'ємною частиною цієї фінансової звітності.

Продов. дод. В

Стаття	Код рядка	Примітка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295		(204 762)	(145 336)
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності				
Находження від:				
Власного капіталу	3300		-	-
Отримання позик	3305		-	-
Інші надходження	3340		-	-
Витрачання на:				
Погашення позик	3350		(219)	-
Сплату дивідендів	3355		-	-
Витрачання на сплату відсотків	3360		-	(3 437)
Інші платежі	3390		(825 605)	-
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395		(825 824)	(3 437)
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400		4 643	4 522
Залишок коштів на початок року	3405	13	1 471	5 305
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410		(6 114)	(8 356)
Залишок коштів на кінець року	3415	13	-	1 471

За період, що закінчився 31 грудня 2023 та 2022 років статті «Інші надходження», «Інші витрачання» та «Інші платежі» Звіту про рух грошових коштів» (за прямим методом), представлені таким чином:

	2023 рік	2022 рік
Інші надходження (рядок 3095)		
Розрахунки з постачальниками	-	4 592
Розрахунки з працівниками	160	56
Розрахунки з іншими кредиторами	15	41
Всього	175	4 689
Інші витрачання (рядок 3190)		
Розрахунки з іншими кредиторами (профспілка, виконавчі провадження, інше)	2 318	1 978
Розрахунки за банківські послуги	605	458
Розрахунки з підзвітними особами	327	414
Всього	3 250	2 850
Інші платежі (рядок 3390)		
Залишки грошових коштів передані ТОВ «НЕСТАБЕ УКРАЇНА» за результатом затвердження Передавального акта	825 605	-
Всього	825 605	-

Затверджено до випуску та підписано

Голова комісії з провадження



Марія ЯРЕМКО

24 липня 2024 року