

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи

на тему

«Оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та
обґрунтування пропозицій щодо її підвищення»

Виконала здобувачка 4 курсу, групи ПТБ-22
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність

Богданова Мирослава Русланівна

Керівниця: канд. екон. наук, доцентка
Астаф'єва Катерина Олександрівна

Рецензентка: канд. техн. наук, доцентка
Бондарчук Ольга Михайлівна

Кривий Ріг
2026

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та управління бізнесом

Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

ЗАТВЕРДЖУЮ:

зав. кафедри ЕОУП,

д-р екон. наук, проф.

Альона ШАХНО

«__» _____ 2026 рік

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачці

Богдановій Мирославі Русланівні

1. Тема роботи «Оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та обґрунтування пропозицій щодо її підвищення».

Керівниця теми Астаф'єва Катерина Олександрівна, канд. екон. наук, доцентка.

Затверджені наказом по університету від «16» березня 2026 року № 146с.

2. Строк подання здобувачкою роботи: 19.06.2026.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, офіційні статистичні та аналітичні матеріали, а також фінансова звітність ТОВ «СІЛЬПО» за 2022–2024 роки.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретико-методичні засади оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства; методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства; аналіз показників техніко-економічного стану конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО»; вивчення резервів та розробка пропозицій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО».

5. Перелік графічного матеріалу: параметри конкурентоспроможності торговельного підприємства; фактори конкурентоспроможності торговельного підприємства; структура товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.; темп росту показників ефективності продажів ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»; витрати на рекламу та засоби стимулювання збуту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр. тощо.

6. Дата видачі завдання

«17» березня 2026 року.

7. Консультація по розділах роботи

Розділ	Консультантка	Підпис, дата	
		Завдання видала	Завдання прийняла
Розділ 1	доц. Астаф'єва К. О.	12.04.2026	28.04.2026
Розділ 2	доц. Астаф'єва К. О.	28.04.2026	15.05.2026
Розділ 3	доц. Астаф'єва К. О.	15.05.2026	31.05.2026

Нормоконтроль

(підпис)

Катерина АСТАФ'ЄВА

Календарний план виконання роботи

№	Назва етапу випускної кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Співбесіда зі здобувачкою за тематикою роботи, узгодження переліку рекомендованої нормативної, інструктивної, навчальної літератури	17.03.2026	
2	Збір матеріалів до випускної кваліфікаційної роботи	18.03.2026 – 31.03.2026	
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної роботи	01.04.2026 – 11.04.2026	
4	Підготовка I розділу кваліфікаційної роботи та подання його керівниці	12.04.2026 – 28.04.2026	
5	Підготовка II розділу кваліфікаційної роботи та подання його керівниці	29.04.2026 – 15.05.2026	
6	Підготовка III розділу кваліфікаційної роботи та подання його керівниці	16.05.2026 – 31.05.2026	
7	Підготовка вступної частини та висновку	01.06.2026 – 04.06.2026	
8	Перевірка роботи керівницею та доопрацювання роботи	05.06.2026 – 09.06.2026	
9	Отримання відгуку керівниці	10.06.2026	
10	Перевірка роботи на унікальність авторського тексту за допомогою Інтернет-Системи Strikeplagiarism.com	20.05.2026 – 09.06.2026	
11	Отримання резолюції завідувачки кафедри про допуск до захисту	10.06.2026-15.06.2026	
12	Отримання рецензії	19.06.2026 – 21.06.2026	
13	Захист роботи на засіданні Екзаменаційної комісії	24.06.2026	

Здобувачка

(підпис)

Мирослава БОГДАНОВА

Наукова керівниця

(підпис).

Катерина АСТАФ'ЄВА

РЕФЕРАТ
на кваліфікаційну роботу за темою
«Оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та
обґрунтування пропозицій щодо її підвищення»

Кваліфікаційна робота: 95 с., 17 табл., 25 рис., 48 формул, 34 джерел, 4 додатки.

Мета роботи: оцінити рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства та обґрунтувати пропозиції щодо її підвищення

Об'єкт дослідження: є процес формування та забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства в сучасних умовах господарювання.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та розроблення заходів щодо її підвищення на прикладі ТОВ «СІЛЬПО».

Методи дослідження: системний аналіз та узагальнення, статистичний, аналітичний, графічний та факторний аналіз.

У кваліфікаційній роботі проведено аналіз сучасної літератури щодо сутності конкурентоспроможності торговельного підприємства. Розглянуто основні методичні аспекти оцінювання рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства.

На прикладі ТОВ «СІЛЬПО» проведено оцінювання рівня конкурентоспроможності на основі суми значень інтегральних показників. Визначено у за результатами 2024 р. остання становить 16,99 од, що на 25,22% менше ніж у 2023 р. (тобто індекс – 0,74 част.од). Отже маємо зниження рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО». Встановлено необхідність підвищення обсягу товарообороту, розроблено пропозиції які дозволять підвищити товарооборот: у 1-му періоді на 18% відносно 2024 р.; у 2-му на 17% і у 3-му на 16% відносно попереднього прогностного періоду. Окреслені заходи дозволяють збільшити індекс рівня конкурентоспроможності у прогностних періодах: у 1-му - 1,00192; 2-му на 1,09 та у 3-му – 1,06.

У роботі при розрахунках використано програмний продукт Microsoft Office Excel.

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК,
ТОВАРООБОРОТ, ТОРГІВЛЯ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Економічна сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства, як економічної категорії	9
1.2. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ«СІЛЬПО-ФУД» ТА ОЦІНЮВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	28
2.1. Аналіз показників техніко-економічного стану ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022- 2024 рр.	28
2.2. Оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.	38
РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ТА РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО- ФУД»	50
3.1. Визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» та виявлення резервів її підвищення.....	50
3.2. Пропозиції, щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО- ФУД»	60
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	76
ДОДАТКИ.....	81
ДОДАТОК А.....	82
ДОДАТОК Б	83
ДОДАТОК В.....	84
ДОДАТОК Г	90

ВСТУП

Актуальність теми зумовлена посиленням конкуренції на сучасному споживчому ринку, динамічними змінами зовнішнього середовища, цифровізацією бізнес-процесів та зростанням вимог споживачів до якості товарів і послуг. В умовах економічної нестабільності та швидкої трансформації ринкових відносин забезпечення високого рівня конкурентоспроможності стає ключовою передумовою ефективного функціонування та сталого розвитку торговельних підприємств. Це обумовлює необхідність проведення комплексного оцінювання конкурентних позицій підприємства, виявлення його сильних і слабких сторін, а також розроблення обґрунтованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності та зміцнення ринкових переваг.

Проблеми дослідження конкурентоспроможності торговельного підприємства висвітлено у роботах дослідників: Дудник О.В., Міненко С., Євтушенко Н. О., Варніцький В. В., Лупак Р. Л. Васильців Т. Г., Твардовський Ю., Попко О., Білик Т. Ю., Максимова І. І. тощо. Проблематика дослідження полягає у пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства в умовах зростання конкуренції та постійних змін ринкового середовища.

Мета і задачі дослідження. оцінити рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства та обґрунтувати пропозиції щодо її підвищення на ТОВ «СІЛЬПО»

Відповідно до визначеної мети у кваліфікаційній роботі поставлено та вирішено такі завдання:

- дослідити економічну сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства;
- вивчити методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства;
- проаналізувати фінансово-економічний стан ТОВ «СІЛЬПО»;
- оцінити рівень конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО» у 2022-2024 рр.
- виявити резерви підвищення конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО»;

- розробити пропозиції підвищення конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО»

Об'єктом дослідження є процес формування та забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства в сучасних умовах господарювання.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та розроблення заходів щодо її підвищення на прикладі ТОВ «СІЛЬПО».

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використано такі методи дослідження: монографічний та узагальнення – для дослідження теоретичних засад конкурентоспроможності підприємства; аналізу і синтезу – для оцінювання фінансово-економічного стану та конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО»; порівняльний метод – для зіставлення показників діяльності підприємства в динаміці за 2022–2024 рр.; економіко-статистичні методи – для обробки та аналізу економічної інформації; графічний метод – для наочного представлення результатів дослідження; метод системного підходу – для обґрунтування пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Інформаційною базою дослідження були: законодавчі та нормативні акти з економічних питань, статистичні дані Держкомстату України, спеціальна література з проблем теорії і практики інвестування та відтворювальних процесів, а також статистична, фінансова звітність та оперативні дані суб'єкта господарювання, що досліджувались.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО». Запропоновані заходи можуть бути використані керівництвом підприємства для вдосконалення конкурентної стратегії, підвищення ефективності господарської діяльності, зміцнення ринкових позицій та забезпечення стійкого розвитку в умовах конкурентного середовища. Результати дослідження також можуть бути використані в практичній діяльності інших торговельних підприємств для оцінювання та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

За результатами дослідження було опубліковано:

1. Астаф'єва К. О., Богданова М. Р. Проблеми оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства. Наука, промисловість, суспільство: Міжнародна науково-технічна конференція. 27-29 травня 2026. м. Кривий Ріг, 2026. С. 349 URL: https://drive.google.com/file/d/16C185v0r76DpFwImmnSeAPmDR2fCmv4S/view?usp=drive_link (дата звернення: 29.05.2026)

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг роботи налічує 95 сторінок друкованого тексту, у тому числі: 17 таблиць, 25 рисунків, список використаних джерел із 34 найменувань на 3 сторінках, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічна сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства, як економічної категорії

Економічна сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства як економічної категорії полягає у здатності суб'єкта господарювання забезпечувати стійкі конкурентні переваги, ефективно функціонувати в умовах ринкової конкуренції, задовольняти потреби споживачів краще за конкурентів та досягати стабільних фінансово-економічних результатів. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки конкурентоспроможність є однією з ключових характеристик ефективності діяльності підприємства, оскільки саме вона визначає можливість утримання ринкових позицій, забезпечення прибутковості та довгострокового розвитку підприємства.

Поняття конкурентоспроможності нерозривно пов'язане із категорією конкуренції, яка є основою функціонування ринкової економіки. Конкуренція стимулює підприємства до постійного вдосконалення діяльності, впровадження інновацій, підвищення якості товарів та послуг, оптимізації витрат і формування ефективної системи управління. Саме в умовах конкурентної боротьби підприємство змушене шукати шляхи підвищення власної ефективності та створення конкурентних переваг [1].

Науковці розглядають конкурентоспроможність як багатогранну економічну категорію, яка характеризує здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища та ефективно використовувати наявний ресурсний потенціал. У науковій літературі існують різні підходи до трактування сутності конкурентоспроможності підприємства. Одні дослідники акцентують увагу на

ринкових перевагах підприємства, інші – на ефективності використання ресурсів, фінансовій стійкості чи інноваційному потенціалі [2].

Відомий економіст Портер М. визначав конкурентоспроможність через здатність підприємства формувати й утримувати конкурентні переваги, які забезпечують більш ефективне функціонування порівняно з конкурентами. Основою конкурентоспроможності, за М. Портером, є створення цінності для споживача шляхом реалізації стратегії лідерства за витратами, диференціації або фокусування на певному сегменті ринку [3].

Конкурентоспроможність торговельного підприємства має специфічні особливості, що обумовлені сферою його діяльності. Торговельне підприємство не створює матеріальний продукт, а забезпечує процес доведення товарів від виробника до кінцевого споживача. Саме тому конкурентоспроможність у сфері торгівлі визначається не лише ціновими параметрами, а й якістю обслуговування, швидкістю доставки товарів, шириною асортименту, рівнем сервісу, маркетинговою активністю, репутацією підприємства та здатністю швидко реагувати на зміни споживчого попиту (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Параметри конкурентоспроможності торговельного підприємства

Економічна сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства проявляється через систему економічних відносин, які виникають між підприємством, споживачами, постачальниками, конкурентами та іншими учасниками ринку. У процесі конкурентної боротьби підприємство прагне забезпечити максимальне задоволення потреб споживачів при одночасному досягненні високих фінансових результатів.

Таким чином, конкурентоспроможність є інтегральною характеристикою діяльності підприємства, яка відображає рівень ефективності використання ресурсів, якість управління та здатність до адаптації у мінливому ринковому середовищі [4].

Важливим аспектом дослідження конкурентоспроможності є визначення її основних властивостей. По-перше, конкурентоспроможність має відносний характер, оскільки може оцінюватися лише у порівнянні з іншими суб'єктами ринку. По-друге, вона є динамічною категорією, що змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. По-третє, конкурентоспроможність має комплексний характер, оскільки формується під впливом великої кількості взаємопов'язаних чинників [5].

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації економіки конкурентоспроможність торговельного підприємства дедалі більше залежить від інноваційності діяльності та використання сучасних інформаційних технологій. Електронна комерція, цифровий маркетинг, автоматизація бізнес-процесів, CRM-системи та аналітика великих даних стають важливими інструментами забезпечення конкурентних переваг. Підприємства, які активно впроваджують цифрові технології, отримують можливість швидше реагувати на потреби споживачів, оптимізувати витрати та підвищувати рівень обслуговування клієнтів [6].

Конкурентоспроможність торговельного підприємства формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Останні зображено на рис. 1.2



Рисунок 1.2 – Фактори конкурентоспроможності торговельного підприємства

До внутрішніх факторів належать фінансовий стан підприємства, рівень організації управління, кадровий потенціал, якість товарного асортименту, ефективність маркетингової діяльності, логістика та інноваційний потенціал. Зовнішніми факторами є рівень конкуренції на ринку, державне регулювання, купівельна спроможність населення, економічна ситуація в країні, технологічний розвиток та зміни споживчих уподобань.

Особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності відіграє кадровий потенціал підприємства. Саме професіоналізм персоналу, рівень його кваліфікації, мотивація та здатність до інноваційної діяльності значною мірою визначають успіх підприємства на ринку. У сфері торгівлі якість обслуговування клієнтів безпосередньо залежить від компетентності працівників та ефективності системи управління персоналом [4]

Одним із ключових елементів конкурентоспроможності торговельного підприємства є конкурентна перевага. Конкурентна перевага являє собою сукупність характеристик підприємства, які забезпечують йому кращі позиції на ринку порівняно з конкурентами. До основних видів конкурентних переваг належать цінові, якісні, інноваційні, маркетингові, логістичні та репутаційні переваги.

Для торговельних підприємств особливо важливими є нецінові конкурентні переваги. У сучасних умовах споживачі дедалі більше уваги приділяють рівню сервісу, швидкості доставки, зручності оформлення замовлень, наявності програм лояльності та індивідуальному підходу. Саме тому підприємства, які здатні забезпечити високий рівень клієнтоорієнтованості, мають значно вищі шанси на зміцнення власних конкурентних позицій [7].

Конкурентоспроможність торговельного підприємства також тісно пов'язана з ефективністю використання ресурсів. Підприємство повинно забезпечувати оптимальне співвідношення між витратами та результатами діяльності. Висока ефективність використання трудових, фінансових та матеріальних ресурсів створює передумови для зниження витрат обігу та формування цінових переваг.

Важливим елементом конкурентоспроможності є фінансова стійкість підприємства [8]. Фінансово стабільне підприємство має більше можливостей для інвестування в інновації, маркетинг, розвиток інфраструктури та розширення асортименту. Низький рівень фінансової незалежності, дефіцит оборотного капіталу та висока залежність від позикових коштів, навпаки, негативно впливають на конкурентні позиції підприємства.

Конкурентоспроможність торговельного підприємства значною мірою визначається ефективністю маркетингової діяльності. Маркетинг забезпечує вивчення потреб споживачів, формування попиту, просування товарів та створення позитивного іміджу підприємства. Саме маркетингові інструменти дозволяють підприємству формувати лояльність споживачів та підтримувати стійкі конкурентні позиції на ринку [9].

У сучасних умовах особливого значення набуває стратегічне управління конкурентоспроможністю. Підприємство повинно не лише реагувати на зміни ринкового середовища, а й формувати довгострокову конкурентну стратегію розвитку. Стратегічний підхід дозволяє визначити пріоритетні напрями розвитку, оцінити конкурентне середовище та сформувати систему заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Науковці виділяють декілька основних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства: ресурсний, ринковий, системний, функціональний, маркетинговий та інноваційний. Ресурсний підхід акцентує увагу на ефективності використання ресурсного потенціалу, ринковий – на позиціях підприємства на ринку, а системний – на комплексній оцінці всіх аспектів діяльності підприємства [10].

Сутність конкурентоспроможності торговельного підприємства проявляється також через його здатність до адаптації. В умовах швидких змін економічного середовища підприємства повинні оперативно реагувати на зміни попиту, розвиток технологій, дії конкурентів та зміни у законодавстві. Високий рівень адаптивності дозволяє підприємству зберігати стабільність та ефективність діяльності навіть у кризових умовах.

Особливої актуальності проблема конкурентоспроможності торговельних підприємств набуває в умовах воєнного стану та економічної нестабільності в Україні. Підприємства змушені функціонувати в умовах зниження купівельної спроможності населення, порушення логістичних ланцюгів, інфляційних процесів та високого рівня ризиків. У таких умовах конкурентоспроможність стає основним фактором виживання та подальшого розвитку підприємства.

Одним із важливих напрямів підвищення конкурентоспроможності є інноваційний розвиток. Інновації дозволяють підприємству створювати нові формати торгівлі, покращувати процес обслуговування клієнтів, автоматизувати бізнес-процеси та оптимізувати витрати. У сфері торгівлі активно впроваджуються технології самообслуговування, електронні платформи продажу, мобільні додатки та цифрові системи управління.

Значний вплив на конкурентоспроможність має також логістична система підприємства. Ефективна логістика забезпечує безперебійне постачання товарів, оптимізацію запасів, скорочення витрат та підвищення швидкості обслуговування споживачів. У сучасній торгівлі швидкість доставки товару стає одним із ключових факторів конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність торговельного підприємства також пов'язана із формуванням позитивної репутації та бренду. Відомий бренд підвищує довіру споживачів, формує лояльність клієнтів та сприяє зміцненню ринкових позицій підприємства. Репутація підприємства формується під впливом якості товарів і послуг, рівня сервісу, соціальної відповідальності та ефективності комунікацій із клієнтами.

Таким чином, конкурентоспроможність торговельного підприємства є складною багатофакторною економічною категорією, яка характеризує здатність підприємства ефективно функціонувати в умовах конкурентного ринку, забезпечувати стійкі конкурентні переваги та досягати високих фінансово-економічних результатів. Її формування залежить від ефективності використання ресурсів, рівня управління, інноваційності діяльності, фінансової стійкості, якості обслуговування та здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

У сучасних умовах розвитку економіки конкурентоспроможність стає визначальним фактором довгострокового успіху торговельного підприємства. Саме тому забезпечення та підвищення конкурентоспроможності повинно бути одним із пріоритетних напрямів стратегічного розвитку підприємств сфери торгівлі.

1.2. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства

Аналіз сутності конкурентоспроможності як економічної категорії показав, що під останньої необхідно розуміти здатність підприємства ефективно функціонувати та розвиватися на ринку роздрібною чи оптовою торгівлі. При чому ефективно забезпечувати формування та підтримання стійких конкурентних переваг порівняно з іншими учасниками ринку.

Конкурентоспроможність проявляється у можливості підприємства задовольняти потреби споживачів краще або ефективніше за конкурентів завдяки оптимальному поєднанню асортименту товарів.

Яцковий Д.В. зазначає, що залежно від рівня охоплення різних аспектів діяльності підприємства методи оцінювання конкурентоспроможності доцільно поділяти на спеціальні та комплексні [23].

Спеціальні методи спрямовані на дослідження окремих складових діяльності підприємства, наприклад аналіз конкурентоспроможності продукції або використання матричних підходів. Натомість комплексні методи, до яких належить більшість індексних методик, передбачають всебічне оцінювання діяльності підприємства. Узагальнюючи існуючі підходи, автор пропонує класифікувати методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за формою подання результатів на три основні групи: індексні, матричні та графічні методи.

Застосування індексних методів, як правило, відбувається за визначеною послідовністю етапів аналізу. При цьому основою для порівняння можуть слугувати середньогалузеві показники, результати діяльності підприємства-лідера ринку або ж динаміка власних показників підприємства за попередні періоди.

До групи матричних методів належать такі інструменти стратегічного аналізу, як матриця Бостонської консалтингової групи (BCG) [24], матриця І.

Ансофа, матриця McKinsey, матриця Shell, матриця М. Портера, матриця А. Томсона А. Дж. Стрікланда та матриця Хофера-Шендлера.

Матричні методи ґрунтуються на використанні спеціальних аналітичних таблиць (матриць), які дають змогу дослідити окремі напрями діяльності підприємства, проаналізувати умови його функціонування, оцінити конкурентну позицію на ринку та визначити перспективні напрями подальшого розвитку. Водночас, як і будь-які аналітичні інструменти, ці методи мають як переваги, так і певні обмеження у використанні.

Узагальнюючи наукові підходи до визначення параметрів оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства, можна дійти наступних висновків. Оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства доцільно здійснювати використовуючи індикаторні методи. Для цього пропонуємо визначити групи елементів конкурентоспроможності торговельного підприємства, що відображають основні напрями його функціонування та розвитку.

Першою групою показників пропонуємо виділити торговельно-виробничу складову. Остання передбачає розрахунок наступних коефіцієнтів:

Обсяг та склад товарообороту, визначається як частина товарообороту : роздрібного, оптового на території України, оптового товарообороту за межами України (форм. 1.1)

$$\Delta TO_p = \frac{TO_p}{TO}; \quad \Delta TO_{ou} = \frac{TO_{ou}}{TO} \quad \Delta TO_{oz} = \frac{TO_{oz}}{TO} \quad (1.1)$$

де ΔTO_p – частина товарообороту, яка припадає на роздрібний продаж, часит.од;

ΔTO_{ou} – частина товарообороту, яка припадає на оптовий продаж на території України часит.од;

ΔTO_{oz} – частина товарообороту, яка припадає на оптовий продаж за межами території України часит.од;

TO – загальний товарооборот, тис грн.

Наступним показником можна окреслити коефіцієнт рентабельності продажів (форм. 1.2)

$$P_{\text{прод}} = \frac{\text{ВП}}{\text{ЧДРП}} \quad (1.2)$$

де $P_{\text{прод}}$ - коефіцієнт рентабельності продажів, %

ВП – валовий прибуток, тис грн

ЧДРП – чистий дохід від реалізації продукції, тис грн

Наступним показником розглянемо коефіцієнт ефективності використання площі (форм. 1.3)

$$\text{ЕВП} = \frac{\text{ТО}}{\text{ПТП}} \quad (1.3)$$

де ЕВП – ефективність використання площі, тис грн на м²

ПТП – торговельна площа підприємства, м²

Наступною групою показників пропонуємо визначити комерційну складову, яка відображатиме рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Почнемо з коефіцієнту витрат на продаж одиниці товару (форм. 1.4)

$$\text{ВПОТ} = \frac{\text{ВВ}}{\text{ТО}} \quad (1.4)$$

де ВПОТ – коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів, грн на грн

ВВ – валові витрати, тис грн

Наступним показником визначимо коефіцієнт рентабельності товару, останній визначається за формулою 1.5 [11]:

$$P_{\text{Т}} = \frac{\text{ВП}}{\text{С}} \quad (1.5)$$

де $P_{\text{Т}}$ – коефіцієнт рентабельності товарів, част.од

ВП – валовий прибуток, тис. грн.

С – собівартість реалізації товарів, тис. грн.

Наступним розглянемо коефіцієнт оборотності запасів (фор. 1.6)

$$OЗ = \frac{TO}{З} \quad (1.6)$$

де OЗ – коефіцієнт оборотності запасів, разів на рік

З – вартість товарних запасів, тис грн

Наступним показниками необхідно розглянути коефіцієнти оборотності торговельної дебіторської (форм. 1.7) та кредиторської заборгованості (форм. 1.8) [11].

$$KO_{TДЗ} = \frac{TO}{TДЗ} \quad ; \quad TДЗ_{д} = \frac{360}{KO_{TДЗ}} \quad (1.7)$$

де $KO_{TДЗ}$ - коефіцієнт оборотності торговельної дебіторської заборгованості, разів на рік

TДЗ – середньорічна вартість торговельної дебіторської заборгованості, тис грн

$$KO_{TKЗ} = \frac{TO}{TKЗ} \quad ; \quad TKЗ_{д} = \frac{360}{KO_{TKЗ}} \quad (1.8)$$

де $KO_{TKЗ}$ - коефіцієнт оборотності торговельної кредиторської заборгованості, разів на рік

TДЗ – середньорічна вартість торговельної кредиторської заборгованості, тис грн

Наступним розглянемо маркетингову складову конкурентоспроможності торговельного підприємства. Почнемо з коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту:

$$КЕРЗСЗ = \frac{\Delta ВП}{ВР} \quad (1.9)$$

де КЕРЗСЗ - коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту, част.од

$\Delta ВП$ – зростання валового прибутку отриманого за рахунок витрат на рекламу, тис. грн.

ВР – витрати на рекламу та стимулювання збуту, тис грн

Показник частинки ринку визначатиметься за формулою:

$$ЧР = \frac{ТО}{ТО_p} \quad (1.10)$$

де ЧР – частка ринку, част.од

$ТО_p$ – товарооборот регіону, тис грн

Наступна група показників передбачає розгляд фінансової складової діяльності підприємства. Тут доцільно розглянути коефіцієнти : автономії (форм. 1.11); фінансування (форм. 1.12); абсолютної ліквідності (форм. 1.13) та коефіцієнт оборотності оборотних коштів (форм. 1.14).

$$K_A = \frac{ВК}{Ак} \quad (1.11)$$

де K_a – коефіцієнт автономії, част.од

ВК – власний капітал, тис грн

Ак – вартість активів підприємства, тис грн

$$K_\phi = \frac{ЗК}{ВК} \quad (1.12)$$

де K_ϕ – коефіцієнт фінансування, част. од

ЗК – сума залучених джерел фінансування, тис грн

ВК – власний капітал, тис грн

$$КАЛ = \frac{ГК+ПФІ}{ПЗ} \quad (1.13)$$

де КАЛ – коефіцієнт абсолютної ліквідності, част.од

ГК – грошові кошти та їх еквіваленти, тис грн

ПФІ – поточні фінансові інвестиції, тис грн

ПЗ – поточні зобов'язання, тис грн

$$КО_{OK} = \frac{ТО}{СОК} \quad (1.14)$$

де КО_{OK} - коефіцієнт оборотності оборотних коштів, разів на рік

СОК – середньорічна вартість оборотних коштів, тис. грн

Наступна групка показників передбачає оцінювання організаційно-управлінської складової при забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємства. Тут пропонуємо визначити коефіцієнт рентабельності адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат.

Таким чином коефіцієнт рентабельності адміністративних витрат пропонуємо визначати за формулою:

$$P_{AB} = \frac{ОП}{AB} \quad (1.15)$$

де P_{AB} – коефіцієнт рентабельності адміністративних витрат, част. од

ОП – операційний прибуток, тис грн

AB – адміністративні витрати, тис грн

Коефіцієнт рентабельності витрат на збут визначається за формулою:

$$P_{B3} = \frac{ОП}{B3} \quad (1.16)$$

де P_{B3} – коефіцієнт рентабельності витрат на збут, част.од

ОП – операційний прибуток, тис грн

ВЗ – витрат на збут, тис грн

Наступним кроком розглянемо групу показників, яка буде характеризувати забезпеченість підприємства працівниками. Першим показником розглянемо коефіцієнт плинності кадрів:

$$K_{\text{ПК}} = \frac{ЗП}{Ч} \quad (1.18)$$

де $K_{\text{ПК}}$ – коефіцієнт плинності кадрів, част.од

ЗП – кількість працівників звільнених з причин плинності кадрів, осіб

Ч – чисельність працівників, осіб

Показник продуктивності праці працівників торговельного підприємства визначається за формулою:

$$ПП = \frac{ТО}{Ч} \quad (1.19)$$

де ПП – продуктивність праці працівників торговельного підприємства, тис грн на особу.

Наступним розглянуто показник ефективності праці торговельних працівників:

$$ЕПТ = \frac{ТО}{\text{ВитП}} \quad (1.20)$$

де ЕПТ – ефективність праці торговельних працівників, част.од

ВитП – витрати на оплату праці, тис грн

Останньою групою показників можна виділити коефіцієнти, що характеризують інформаційну складову. У межах цієї групи показників пропонуємо визначати стан впровадження програмного забезпечення. Для цього

необхідно виконати оцінювання нематеріальних активів, що пропонуємо зробити за умови використання показників:

Питої ваги програмного забезпечення у загальній вартості нематеріальних активів (форм. 1.21).

$$\Delta\Pi_{\text{НА}} = \frac{\Pi_{\text{З}}}{\text{НА}} \quad (1.21)$$

де $\Pi_{\text{З}}$ – вартість програмного забезпечення, тис грн

НА – вартість нематеріальних активів, тис грн

Коефіцієнт оновлення програмного забезпечення :

$$\text{КО}_{\Pi_{\text{З}}} = \frac{\Pi_{\text{ЗВВ}}}{\Pi_{\text{Зк}}} \quad (1.22)$$

де $\text{КО}_{\Pi_{\text{З}}}$ – коефіцієнт оновлення програмного забезпечення, част.од

$\Pi_{\text{ЗВВ}}$ – вартість введеного у дію програмного забезпечення, тис грн

$\Pi_{\text{Зк}}$ – вартість програмного забезпечення на кінець року, тис. грн

Коефіцієнт виведення програмного забезпечення :

$$\text{КВ}_{\Pi_{\text{З}}} = \frac{\Pi_{\text{ЗВВ}}}{\Pi_{\text{Зп}}} \quad (1.23)$$

де $\text{КВ}_{\Pi_{\text{З}}}$ – коефіцієнт виведення програмного забезпечення, част.од

$\Pi_{\text{ЗВВ}}$ – вартість введеного з дії програмного забезпечення, тис грн

$\Pi_{\text{Зп}}$ – вартість програмного забезпечення на початок року, тис. грн.

Отже, було розглянуто групи показників, які дозволяють оцінювати конкурентоспроможність торговельного підприємства. Виділено наступні групи: торговельно-виробничу, комерційну, маркетингову, фінансову, організаційно-управлінську, забезпеченість працівниками підприємства та інформаційну. Кожні з окреслених груп оцінюється за допомогою інтегрального показника.

Інтегральний показник торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_{ТВ} = \Delta TO_{max} \times 0,3 + P_{прод} \times 0,4 + \Delta EBP \times 0,3 \quad (1.24)$$

$$\Delta TO_{max} = \max[\Delta TO_p; \Delta TO_{од}; \Delta TO_{оз}] \quad (1.25)$$

де $I_{ТВ}$ – інтегральний показник торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:
 ΔEBP – коефіцієнт темпу росту ефективності використання площі, част.од
Інтегральний показник комерційної складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_K = VPOT \times 0,2 + P_T \times 0,2 + OZ \times 0,2 + KO_{ТДЗ} \times 0,2 + OK_{ТКЗ} \times 0,2 \quad (1.26)$$

де $VPOT$ – коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів, грн на грн;
 P_T – коефіцієнт рентабельності товарів, част.од
 OZ – коефіцієнт оборотності запасів, разів на рік
 $KO_{ТДЗ}$ – коефіцієнт оборотності торговельної дебіторської заборгованості, разів на рік
 $KO_{ТДК}$ – коефіцієнт оборотності торговельної кредиторської заборгованості, разів на рік

Інтегральний показник маркетингової складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_M = KEPZEZ \times 0,5 + ЧР \times 0,5 \quad (1.27)$$

Інтегральний показник фінансової складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_\Phi = K_A \times 0,2 + K_\Phi \times 0,2 + КАЛ \times 0,3 + KO_{OK} \times 0,3 \quad (1.28)$$

Інтегральний показник організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_{Oy} = P_{AB} \times 0,5 + P_{B3} \times 0,5 \quad (1.29)$$

Інтегральний показник забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_{3PP} = PP \times 0,4 + EPT \times 0,4 + (1 - K_{PK}) \times 0,2 \quad (1.30)$$

Інтегральний показник інформаційної складової конкурентоспроможності торговельного підприємства визначається за формулою:

$$I_I = \Delta P3_{HA} \times 0,5 + KO_{P3} \times 0,5 \quad (1.31)$$

Отже за допомогою формул 1.24-1.31 можна визначити інтегральні показники складових конкурентоспроможності торговельного підприємства. Наступним кроком окреслимо загальний підхід до визначення рівня конкурентоспроможності. Останній пропонуємо визначати за допомогою індексів сум інтегральних показників.

$$\sum I = I_{TB} + I_K + I_M + I_\Phi + I_{Oy} + I_{3PP} + I_i \quad (1.32)$$

$$I_{IND} = \frac{\sum I_n}{\sum I_{n-1}} \quad (1.33)$$

де $\sum I$ – загальна сума інтегральних показників конкурентоспроможності торговельного підприємства, част.од

I_{IND} - індекс загальної суми інтегральних показників конкурентоспроможності торговельного підприємства, част.од

Після визначення значення індексу (форм. 1.33) можна переходити до визначення рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства. Останній пропонуємо визначати на основі шкали, що окреслена у таблиці 1.1

Таблиця 1.1 – Шкала рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства

Діапазон значення загальної суми інтегральних показників конкурентоспроможності торговельного підприємства	Рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства
$I_{\text{Инд}} > 1$	Достатній
$I_{\text{Инд}} = 1$	Допустимий
$I_{\text{Инд}} < 1$	Тривога 0 порядку
$0,75 \leq I_{\text{Инд}} < 1$	Тривога I порядку
$0,5 \leq I_{\text{Инд}} < 0,75$	Тривога II порядку
$0,2 \leq I_{\text{Инд}} < 0,5$	Тривога III порядку
$0,2 \geq I_{\text{Инд}}$	Критичний

«Достатній» рівень свідчить про високі конкурентні позиції торговельного підприємства на ринку. Підприємство має стійкі конкурентні переваги, ефективно використовує ресурси, демонструє стабільні фінансово-економічні результати та здатне успішно протидіяти впливу конкурентного середовища. Такий стан характеризується високою ефективністю управління, розвиненою системою маркетингу та стабільним попитом на продукцію або послуги.

«Допустимий» рівень перебуває, що підприємство на межі конкурентної рівноваги із середніми показниками по ринку. Його діяльність є стабільною, однак конкурентні переваги не є достатньо вираженими. Для збереження позицій необхідно впроваджувати заходи щодо підвищення ефективності управління, оптимізації витрат та вдосконалення маркетингової політики.

«Тривога 0 порядку», цей стан сигналізує про початок погіршення конкурентних позицій підприємства. Хоча відхилення ще не є критичними, однак з'являються передумови до зниження ефективності діяльності. Підприємству необхідно посилити управлінський контроль, провести аналіз причин зниження показників та розробити заходи щодо покращення конкурентних характеристик.

«Тривога I порядку», характеризується помірним зниженням конкурентоспроможності. У діяльності підприємства можуть спостерігатися

окремі проблеми у сфері управління, маркетингу, фінансової стабільності або організації торговельних процесів. Потрібно вживати оперативних управлінських заходів для відновлення конкурентних позицій.

«Тривога II порядку», свідчить про суттєве погіршення стану конкурентоспроможності підприємства. На цьому етапі підприємство може втрачати частку ринку, знижувати рівень прибутковості або ефективність використання ресурсів. Необхідним є проведення комплексних управлінських і стратегічних змін, спрямованих на підвищення результативності діяльності.

«Тривога III порядку», такий рівень означає глибоку кризу конкурентоспроможності. Підприємство має значні проблеми у фінансово-економічній діяльності, втрачає ринкові позиції та стикається з ризиком втрати конкурентних переваг. Для подолання ситуації необхідні кардинальні управлінські рішення, реструктуризація діяльності та перегляд стратегічних напрямів розвитку.

«Критичний рівень», це найнижчий рівень конкурентоспроможності, який свідчить про критичний стан підприємства. Такий стан характеризується значною втратою ринкових позицій, низькою ефективністю діяльності та високим ризиком банкрутства. У цьому випадку необхідні термінові антикризові заходи, включаючи радикальну реорганізацію управління, фінансове оздоровлення та перегляд бізнес-моделі підприємства.

Отже було окреслено методику оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства за умови врахування груп складових у кількості сьомих. Визначено рівні конкурентоспроможності торговельного підприємства і надана їм характеристика. У наступному розділі пропонуємо проаналізувати конкурентоспроможності підприємства ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» ТА ОЦІНЮВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

2.1. Аналіз показників техніко-економічного стану ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», це одне з провідних підприємств роздрібної торгівлі в Україні, яке здійснює діяльність у сфері продажу продовольчих і непродовольчих товарів через мережу супермаркетів під брендом «Сільпо». Компанія входить до складу великої торговельно-промислової групи Fozzy Group та є ключовим оператором її роздрібного напрямку.

Основним видом діяльності підприємства є організація та здійснення роздрібної торгівлі широким асортиментом товарів повсякденного попиту, включаючи продукти харчування, напої, побутову хімію, товари для дому та власні торгові марки. Значна увага приділяється розвитку власного виробництва (кулінарія, пекарні, кондитерські вироби), що дозволяє підвищувати додану вартість і формувати унікальну пропозицію для споживачів.

Компанія активно впроваджує сучасні технології в управління торговельними процесами, зокрема автоматизацію обліку, логістики та обслуговування клієнтів, розвиває омніканальні продажі (онлайн-замовлення, доставка, самовивіз), а також використовує інструменти цифрового маркетингу та програм лояльності. Особливістю діяльності є орієнтація на створення унікального клієнтського досвіду через тематичний дизайн магазинів, високий рівень сервісу та індивідуалізацію пропозиції.

ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» функціонує в умовах високої конкуренції на ринку ритейлу, тому ключовими напрямками його розвитку є підвищення ефективності операційної діяльності, розширення мережі, удосконалення асортиментної

політики, оптимізація витрат і зміцнення конкурентних позицій на національному рівні.

Аналіз показників техніко-економічного стану ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» необхідно почати з характеристики обсягу чистого доходу від реалізації товарів. Загалом товарооборот підприємства ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» протягом 2022-2023 рр. складався з: роздрібного продажу та оптового продажу на території України. У 2024 р. ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» починає оптову реалізацію товарів за межами України (табл. 2.1). Також невеличка частина товарообороту припадає на «Дохід від реалізації послуг» та «Програму лояльності покупців «Власний рахунок». На рис. 2.1 наведено структуру товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

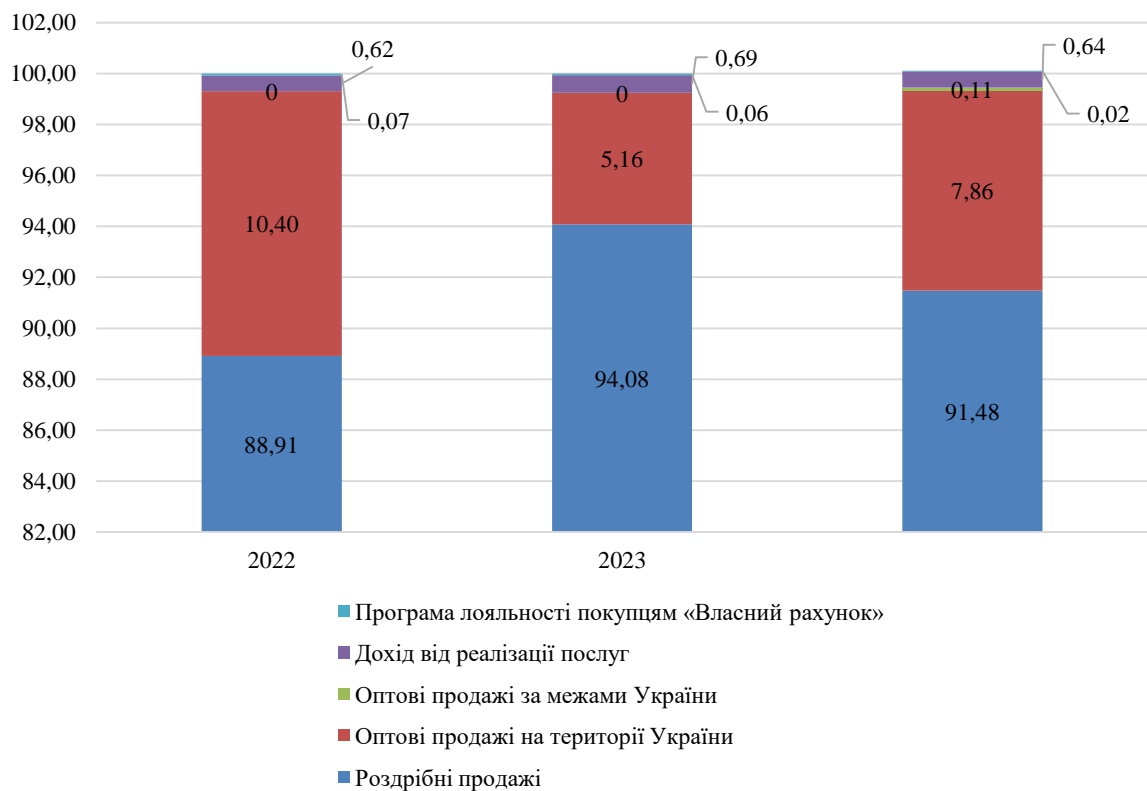


Рисунок 2.1 – Структура товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Отже у 2022 р. обсяг товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» становить 69990601 тис. грн, який на 88,91% складається з роздрібних продажів та на 10,4% з оптових продажів на території України.

Таблиця 2.1- Аналіз техніко-економічних показників ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Показники	2022	2023	2024	Відхилення					
				Абсолютне (+/-)			Відносне(%)		
				2023-2022	2024-2023	2024-2022	2023/ 2022	2024/ 2023	2024/ 2022
Торговельний оборот мережі, тис грн	69 990 601	84 727 987	92 911 065	14737386,00	8 183 078	22 920 464	21,06	9,66	32,75
Роздрібні продажі	62 229 592	79 711 903	84 991 447	17482311,0	5 279 544	22 761 855	28,09	6,62	36,58
Оптові продажі на території України	7 277 835	4 375 648	7 301 690	-2902187,00	2 926 042	23 855	-39,88	66,87	0,33
Оптові продажі за межами України	x	x	106 375	x	x	x	x	x	x
Дохід від реалізації послуг	431 836	587 607	597 458	155771,00	9 851	165 622	36,07	1,68	38,35
Програма лояльності покупцям «Власний рахунок»	51 338	52 829	20 470	1491,00	-32 359	-30 868	2,90	-61,25	-60,13
Собівартість реалізації продукції, тис грн	50 815 360	60 419 457	65 098 314	9604097,00	4 678 857	14 282 954	18,90	7,74	28,11
Товари для продажу	50 814 395	60 419 048	65 098 297	9604653,00	4 679 249	14 283 902	18,90	7,74	28,11
Знос основних засобів	965	409	17	-556,00	-392	-948	-57,62	-95,84	-98,24
Валовий прибуток, тис грн	19 175 241	24 308 530	27 812 751	5133289,00	3 504 221	8 637 510	26,77	14,42	45,05
Середньооблікова чисельність працівників , осіб	33390,00	29514,00	31366,00	-3876,00	1 852	-2 024	-11,61	6,27	-6,06
Загальна торговельна площа, тис м2	430,00	446,00	428,00	16,00	-18	-2	3,72	-4,04	-0,47
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	11507619	13025922	13617539	1518303,00	591 617	2 109 920	13,19	4,54	18,33
Торгова дебіторська заборгованість, тис грн	1717313,00	3255336,00	3 371 176	1538023,00	115 840	1 653 863	89,56	3,56	96,31
Торгова кредиторська заборгованість, тис грн	15651516,00	18550408,00	20724486,00	2898892,00	2 174 078	5 072 970	18,52	11,72	32,41
Чистий фінансовий результат (збиток), тис. грн.	-7632609	-1850766	153507	5781843,00	2 004 273	7 786 116	-75,75	108,29	102,01
Середньорічна вартість активів, тис грн	33669415,0	33359567,0	34094405,0	-309848,00	734 838	424 990	-0,92	2,20	1,26
Рентабельність активів %	x	x	0,45	x	x	x	x	x	x
Рентабельність продажів, %	27,40	28,69	29,93	1,29	1,24	2,54	x	x	x

У наступному 2023 р. маємо зростання товарообороту на 21,06% відносно попереднього періоду і досягає 84727987 тис. грн. В свою чергу зростання роздрібного продажу складало (17482311 тис. грн.), що призвело до зростання питомої ваги до 94,08%.

В свою чергу маємо зниження оптового продажу товарів на території України на 39,88% (або на -2902187,00 тис. грн), що призвело до зниження його питомої ваги у загальному товарообороту до 5,16%. У наступному 2024 р. маємо зростання обсягу товарообороту на 9,66 відносно 2023 р. За показником роздрібних продажів маємо зростання на 6,62% (що значно менше ніж темп росту у попередньому періоді). За показником оптових продажів на території України маємо значне зростання (+2926042 тис. грн. або на 66,87%) відносно 2023 р. Також ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» реалізувало товарів оптом за межами України у обсязі 106375 тис. грн., що становило 0,11% загального товарообороту підприємства.

Аналізуючи динаміку зміни товарообороту за обсягом реалізованих послуг, то зазначимо що останній становить у 2022 р. 0,62% загального обсягу. Протягом наступних років маємо зростання з 431836 тис. грн до 597458 тис. грн. Тобто протягом 2022-2024 р. загальне зростання становить 165622 тис. грн або 38,35%. Дохід за програмною «Власний рахунок» у 2022 р. становив 51338 тис. грн. і на кінець 2024 р. знижується до 20470 тис. грн. (тобто на 60,13%).

Виходячи з вище наведеного можна зробити висновок про позитивну динаміку зростання обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр. Загальне зростання товарообороту становить 32,75% (або 22920464 тис. грн.).

Наступним кроком проаналізуємо зміну собівартості реалізованих товарів ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Встановлено, що у 2022 р. остання становить 50815360 тис. грн і на 99,99% складається з собівартості товарів на продаж. У наступному 2023 р. маємо зростання останньої на 18,9% або на 9604097,00 тис. грн. За результатами роботи у 2024 р. маємо зростання на 4679249 тис. грн. або на 7,74%. Загальне зростання собівартості реалізованих товарів становить 14282954 тис. грн.

Наступним було проаналізовано показник валового прибутку. Встановлено, що останній у 2022 р. складає 19175241 тис. грн, а показник рентабельності

продажу становить 27,4%. У наступному 2023 р. маємо зростання обсягу валового прибутку на 26,77% або на 5133289,00 тис. грн відносно 2022 р. (рис. 2.2). Показник рентабельності продажів зростає на 1,29% та у 2023 р. становить 28,69%.

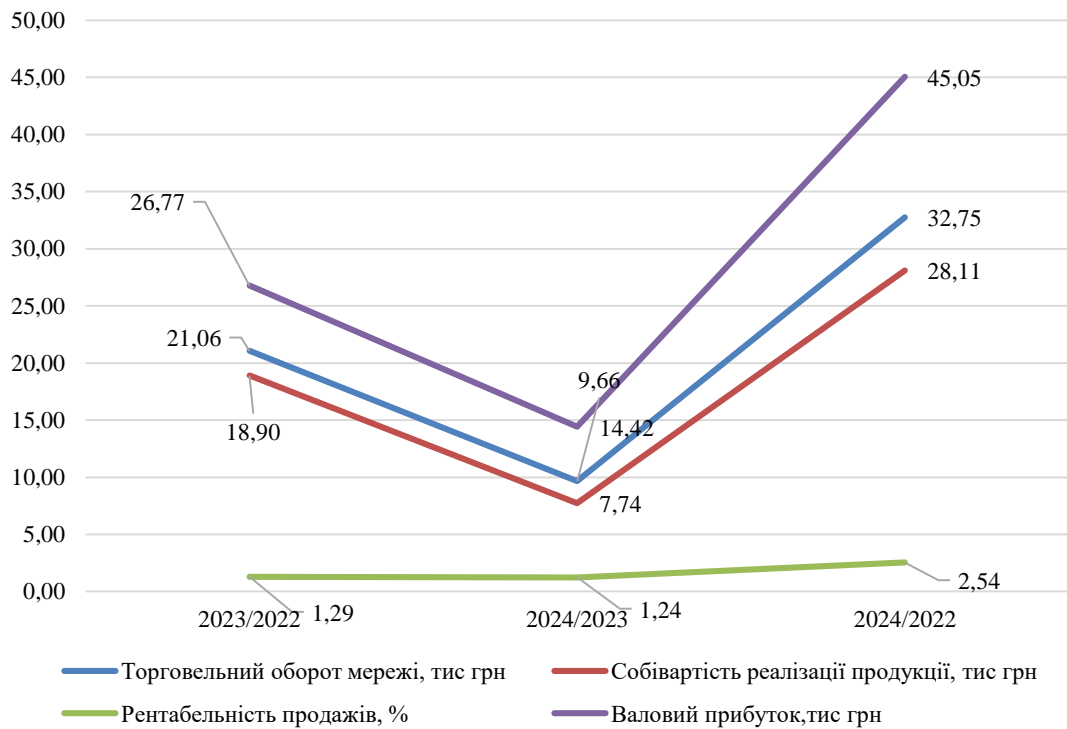


Рисунок 2.2 – Темп росту показників ефективності продажів
ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Якщо порівняти темп росту товарообороту та собівартості товарів маємо, що товарооборот зростає на 2,16% швидше ніж собівартість у 2022-2023 рр. Темп росту валового прибутку перевищує окреслені темпи росту більші ніж на 6%. Окреслене є позитивною динамікою.

За результатами роботи у 2024 р. маємо скорочення темпу росту валового доходу на 17,11% (26,77-9,66). Валовий прибуток у 2024 р. становив 27812751 тис. грн., що більше за аналогічний показник у 2023 р. на 14,42% (рис. 2.2). Таким чином рентабельність продажів у 2024 р. становила 29,93%, що на 1,24% більше ніж у 2023 р. Разом з позитивною динамікою маємо зниження темпу росту рентабельності на 0,05% (1,29-1,24). Виходячи з цього за показником динаміки маємо скорочення темпів росту. Загалом аналіз валового прибутку за 2022-2024

рр. маємо зростання останнього на 8637510 тис. грн. або на 45,05%. В свою чергу темп зростання рентабельності продажів становить 2,54%.

Наступною групою показників розглянемо показники продуктивності праці працівників ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Чисельність останніх у 2022 р. становила 33390 осіб (табл. 2.1), отже показник продуктивності праці становить 2096 тис. грн. загального товарообороту припадає на одного працівника (рис. 2.3).

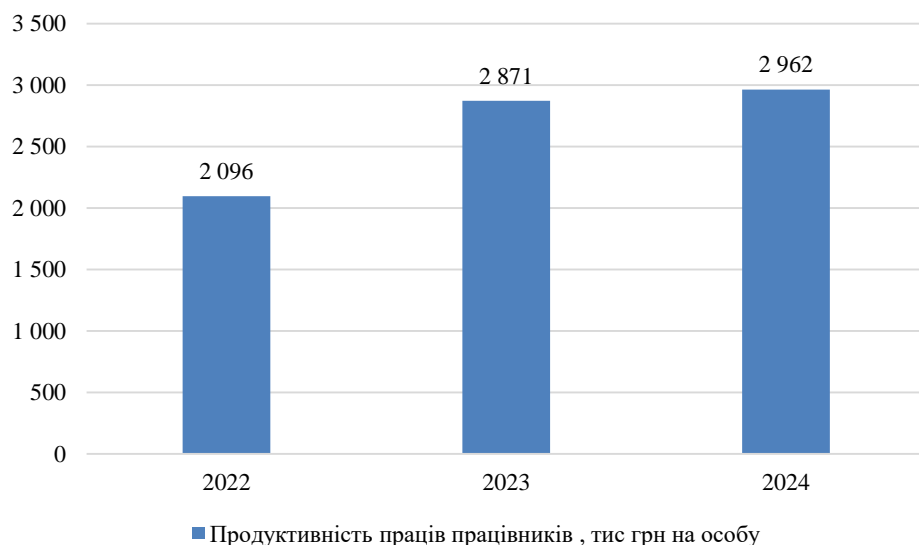


Рисунок 2.3 – Продуктивність праці працівників ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

У наступному 2023 р. маємо зниження чисельності працівників на 11,61% відносно 2022 р. Разом з тим маємо зростання продуктивності праці до 2871 тис. грн на особу (на 36,95%). Зростання є наслідком зростання обсягу товарообороту на 2106% та зниження чисельності працівників на 11,61%. У 2024 р. маємо зниженням темпу росту продуктивності праці. А саме у 2024 р. розрахований показник складає 2962 тис. грн. на особу, що на 3,18% більше ніж у 2023 р. Окреслене є наслідком зростання чисельності працівників на 6,27% та зростання обсягу товарообороту на 9,66%.

Загалом протягом 2022-2024 рр. показник продуктивності праці ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» зростає на 41,31%, що обумовлено зростанням товарообороту та скороченням чисельності працівників.

Наступним кроком виконаємо аналіз ефективності використання торговельної площі ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Для цього розраховано показник продуктивності використання торговельної площі, який визначається як відношення обсягу товарообороту до торговельної площі. Результати розрахунків приведено на рис. 2.4.

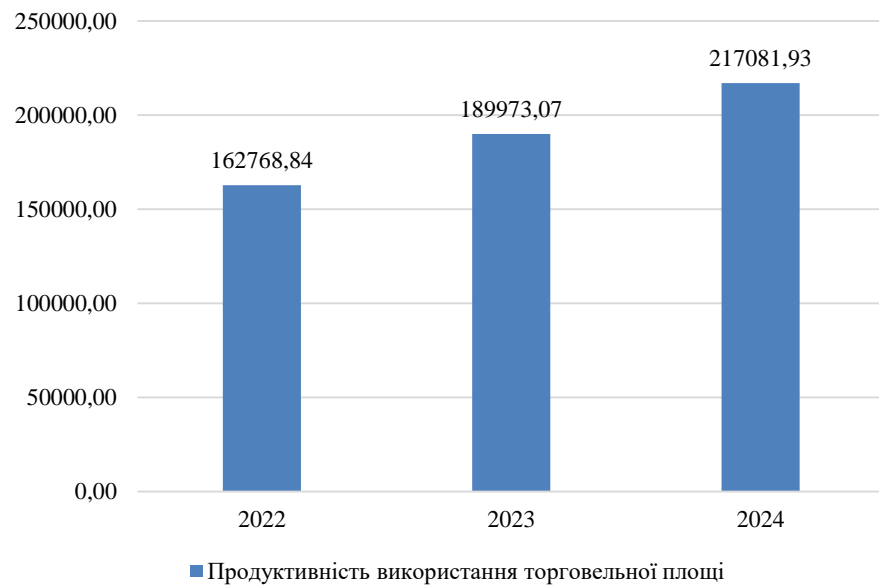


Рисунок 2.4 – Продуктивність використання торговельної площі ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Отже, у 2022 р. торговельна площа ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» складала 430 тис. м², продуктивність використання торговельної площі становить 162768,84 грн на м². У наступному 2023 р. маємо зростання обсягу торговельної площі на 16 тис. м², в свою чергу показник продуктивності досягає 189973,07 грн на м². Тобто зростання становить 16,71% відносно попереднього періоду. За результатами роботи у 2024 р. маємо скорочення величини торговельної площі на 18 тис. м², разом з тим продуктивність праці зростає до 217081,93 грн на м². Отже можна зробити висновок про зростання ефективності використання торговельної площі.

Окремо необхідно проаналізувати ефективність використання основних засобів ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». За умови торговельної діяльності, основні засоби є

ресурсом який забезпечує надання торговельної послуги покупцям, тому дуже важливо надати характеристику показниками фондівдачі та фондоозброєності.

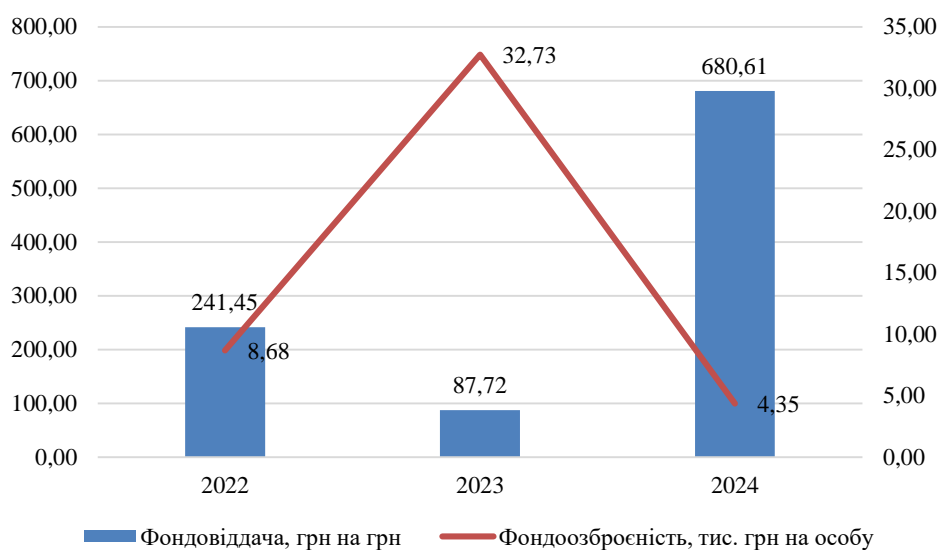


Рисунок 2.5 – Показники ефективності використання основних засобів на ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Отже протягом 2022-2024 рр. на ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» присутнє зростання ефективності використання основних засобів. На початок аналізованого періоду маємо середньорічну вартість основних засобів 289880 тис. грн., в свою чергу показника фондівдачі складав 241,45 грн. на грн., а фондоозброєність 8,68 тис. грн на особу. За результатами роботи у 2023 р. маємо значне зростання середньорічної вартості основних засобів (на 675991 тис. грн.), що призвело до зниження показника фондівдача (до 87,72 грн на грн). Разом з тим маємо значне зростання показника фондівдачі (до 32,73 тис. грн на особу). За результатами роботи у 2024 р. маємо зниження середньорічної вартості основних засобів до 136511 тис. грн. або на 85,87% відносно попереднього періоду. Також маємо зниження показника фондоозброєності до 4,35 тис. грн на особу, а також зростання фондівдачі до 680,61 грн. на грн. Отже можна зробити висновок про зростання ефективності використання основних засобів на ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» у 2022-2024 рр.

Наступними показниками розглянемо обсяг торговельної дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», які характеризують ділову активність підприємства.

Почнемо з торговельної дебіторської заборгованості, яка у 2022 р. складала 1717313 тис. грн. У наступному аналізованому періоді маємо дуже значне зростання торговельної дебіторської заборгованості (+89,56%) відносно попереднього періоду. Таким чином на кінець 2023 р. вартість торговельної дебіторської заборгованості становила 3255336 тис. грн. У наступному періоді маємо зростання торговельної дебіторської заборгованості на 3,56%. Таким чином за 2022-2024 рр. зростання вартості аналізованої заборгованості становитиме 96,31%.

На рис. 2.6 наведено результати розрахунку коефіцієнту оборотності торговельної дебіторської заборгованості за 2022-2024 рр. Встановлено, що у 2022 р. коефіцієнт оборотності становить 40,76 разів на рік.

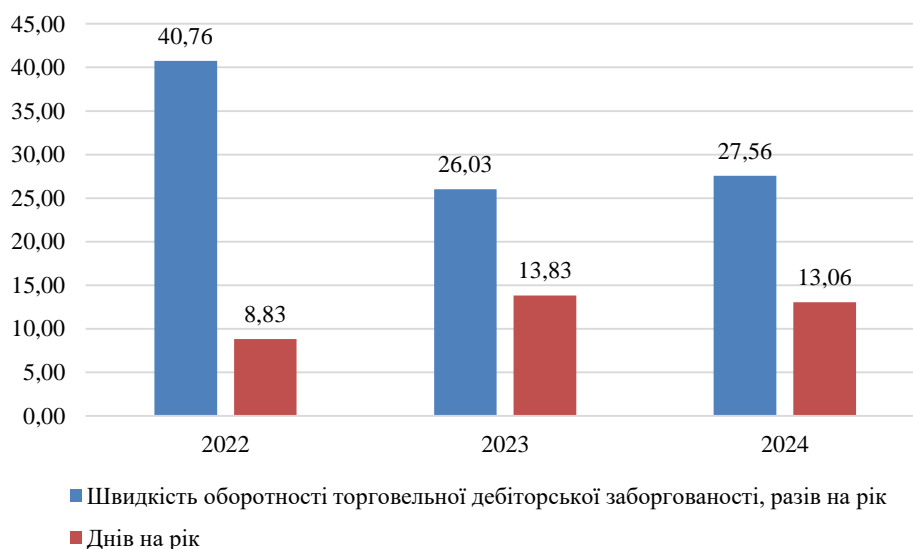


Рисунок 2.6 – Швидкість оборотності торговельної дебіторської заборгованості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Тобто для повернення коштів вкладених у торговельну дебіторську заборгованість необхідно 8,83 дня. В свою чергу на наступному 2023 р. маємо

зниження швидкості оборотності до 26,03 разів на рік або до 13,83 днів необхідно для повернення коштів у вигляді отриманого товарообороту.

За результатами 2024 р. року господарювання, маємо значення коефіцієнту оборотності торговельної дебіторської заборгованості до 27,56 разів на рік або до 13,06 днів. Якщо брати до уваги останні два роки, то прослідковується тенденція до зростання тривалості оборотності, яка можливо і надалі буде змінюватися у межах 13-14 днів. Якщо звернути увагу на результати роботи 2022 р. то можна сказати про негативну динаміку, яка може стати тенденцією. Таким чином є необхідність пропрацювати строки оборотності дебіторської заборгованості у майбутньому.

Проаналізовано коефіцієнти оборотності торговельної кредиторської заборгованості. Результати розрахунку наведені на рис. 2.7.

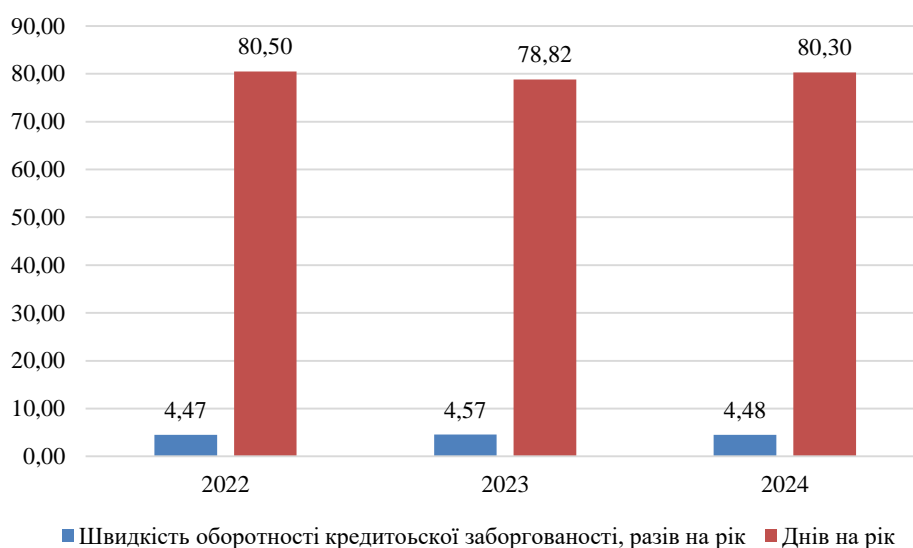


Рисунок 2.7 – Швидкість оборотності торговельної кредиторської заборгованості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Отже встановлено, що у 2022-2024 рр. швидкість оборотності кредиторської заборгованості змінюється у межах 4,4 – 4,5 разів на рік. В свою чергу вираження коефіцієнту у днях також має стабільну динаміку, а саме для повернення коштів зосереджених у кредиторській заборгованості необхідно 79-80 днів. Отже можна зробити висновок про доволі повільний процес повернення боргів.

На останньому етапі оцінювання техніко-економічних показників діяльності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» надаємо характеристику обсягу чистого фінансового результату. Отже протягом 2022-2023 рр. аналізоване підприємство показувало збиток у розмірі 7632609 тис. грн. та 1850766 тис. грн. У 2024 р. підприємство отримало прибуток 153507 тис. грн. Таким чином можна сказати про покращення ефективності діяльності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Підводячи підсумок проведеного аналізу показників техніко-економічного стану маємо що ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» нарощує обсяг товарообороту. Окреслене є позитивним явищем і вказує на розвиток. Наступним кроком пропонуємо виконати оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

2.2. Оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр.

Наступним кроком пропонуємо виконати оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Розрахунки проводимо за методикою, що описана у параграфі 1.2. Окреслена методика передбачає визначення суми інтегральних показників груп складових конкурентоспроможності (формула 1.32): торговельно-виробничу, комерційну, маркетингову, фінансову, організаційно-управлінську, забезпеченість працівниками підприємства та інформаційну. Потім на основі отриманих результатів визначається індекс суми значень інтегральних показників та за запропонованою шкалою визначається рівень конкурентоспроможності.

Почнемо з визначення значення інтегрального показника торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності торговельного підприємства (форм. 1.24, 1.25).

Отже на рис. 2.1 наведено результати розрахунку показника питомої ваги обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за джерелами його формування. Виходячи з логіки формули 1.25 визначено найбільше значення питомої ваги

джерел формування товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». А саме у 2022 р. окреслений коефіцієнт становитиме 0,8891 част.од, у 2023 р. – 0,9408 част.од та у 2024 р. – 0,9148 част.од.

Наступним визначено значення коефіцієнту рентабельності продажу та коефіцієнту темпу росту ефективності використання торговельної площі. Отже у 2022 р. останній становив 0,1569 част.од, у наступному 2023 р. – 0,1671 част. од. і на кінець 2024 р. зростає до 0,2993 част.од. Наступним кроком було виконано розрахунок інтегрального показника торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Визначення інтегрального показника торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Питома вага роздрібного продажу, %	0,8891	0,9408	0,9148
Питома вага оптових продажів на території України, %	0,104	0,0516	0,078
Питома вага оптових продажів за межами України, %	0	0	0,0011
ΔTO_{max}	0,8891	0,9408	0,9148
Коефіцієнт рентабельності продажів, част.од	0,2740	0,2869	0,2993
Коефіцієнт темпу росту ефективності використання площі, част. од.	0,1569	0,1674	0,1426
Інтегральний показник торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0,4234	0,44722	0,43694

Встановлено, що у 2022 р. значення інтегрального показника торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» становило 0,4234 част.од. У наступному році маємо зростання показника до 0,44722 част.од. Останнє відбулось під впливом зростання частини товарообороту отриманого за рахунок роздрібного продажу, а також рентабельності продажу і ефективності використання торговельної площі. За результатами роботи у 2024 р. маємо зниження інтегрального показника до 0,4369 част.од.

Наступним кроком було виконано розрахунок інтегрального показника комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 2.3). Для цього було розраховано низьку коефіцієнтів, а саме почнемо з коефіцієнту

витрат на продаж одиниці товарів. Значення окресленого коефіцієнту у 2022 р. становить 0,726 част.од. Протягом наступних років маємо зниження окресленого коефіцієнту у 2023 р. до 0,713 част.од і у 2024 р. до 0,701 част.од. Виконано розрахунок коефіцієнту рентабельності товарів, і у 2022 р. окреслений показник становив 0,377 част.од. Наступні роки показали зростання аналізованого коефіцієнту на 0,025 част.од у 2023 р. та на 0,024 у 2024 р. Отже маємо позитивну тенденцію.

Таблиця 2.3 – Визначення інтегрального показника комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів, част.од	0,726	0,713	0,701
Коефіцієнт рентабельності товарів, част.од	0,377	0,402	0,427
Коефіцієнт оборотності запасів, разів на рік	12,079	18,092	13,107
Коефіцієнт оборотності торговельної дебіторської заборгованості, разів на рік	40,756	26,027	27,560
Коефіцієнт оборотності торговельної кредиторської заборгованості, разів на рік	4,472	4,567	4,483
Інтегральний показник комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част. од.	11,682	9,960	9,256

Наступним кроком розраховано показник оборотності запасів, який у 2022 р. становив 12,079, тобто протягом року ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» повертає кошти вкладні у товарні запаси повертаються на підприємство у вигляді виручки. При чому вартість товарних запасів у 2022 р. становила 5794501 тис. грн. У наступному 2023 р. маємо зростання коефіцієнту оборотності до 18,092 разів на рік. Окреслене є наслідком зниження вартості торговельних запасів на 20,1% відносно попереднього року (рис.2.8). У 2024 р. маємо зниження швидкості оборотності запасів на 4,98 оберти. Наведене є наслідком зростання вартості товарів з 4683293 тис. грн. до 7088424 тис. грн.

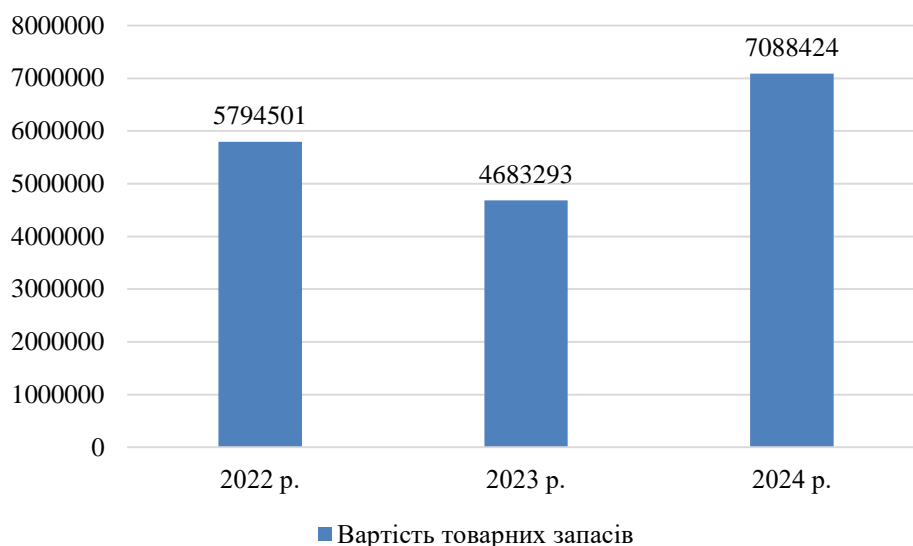


Рисунок 2.8 – Вартість товарних запасів ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр

Виконано розрахунок інтегрального показника комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Встановлено, що у 2022 р. значення останнього складає 11,682 част.од., наступні роки просліджується зниження його значення (до 9,96 част.од у 2023 р. та до 9,26 част.од у 2024 р.).

Наступним кроком виконаємо розрахунок інтегрального показника маркетингової складової конкурентоспроможності. Останній визначається на основі формули 1.27 та містить у своєму складі коефіцієнти: ефективності реклами та маркетингових заходів і частку ринку. У табл. 2.4 наведено складові інтегрального показника маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Встановлено, що у 2022 р. коефіцієнт ефективності реклами та маркетингових засобів стимулювання збуту становив 9,025 грн на грн. Тобто на кожен вкладену гривню у маркетинг було отримано валовий прибуток 9,25 грн.

Таблиця 2.4 - Визначення інтегрального показника маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту, част.од	9,025	21,294	11,421
Частка ринку, част.од	0,15	0,1546	0,1456

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Інтегральний показник маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	4,587	10,724	5,783

У наступному 2023 р. маємо зростання витрат на рекламу та засоби стимулювання збуту з 158019 тис. грн у 2022 р. до 241071 тис. грн. (рис. 2.9) Також маємо зростання валового прибутку на 26,77% (табл. 2.1). Отже при темпі росту витрат на рекламу більше ніж на 50% маємо зростання валового прибутку на 26,77%. Загалом значення коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту зростає до 21,294 грн на грн. Тому можна сказати що присутня позитивна динаміка.



Рисунок 2.9 – Витрати на рекламу та засоби стимулювання збуту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр

За результатами роботи у 2024 р. маємо знову зростання маркетингових витрати вже до 346829 тис. грн. Разом з тим ефективність їх використання знижується майже у два рази і складає 11,421 грн га грн.

Наступним кроком було визначено частку ринку, яка припадає на ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Окреслене значення було визначено за статистичними даними обсягів роздрібного продажу на території України. Виходячи з цього у 2022 р. на

ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» орієнтовно припадає 15% обсягів роздрібного продажу товарів продовольчого та непродовольчого характеру. У наступному 2023 р. значення частки ринку практично не змінюється і продовжує знаходити на рівні 15%. За результатами роботи у 2024 р. маємо зниження ринкової частки до 14,56%.

Таким чином значення інтегрального показника маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» у 2022 р. становило 4,587 част.од. У наступному 2023 р. маємо зростання значення до 10,74 част.од, що обумовлено зростанням значення коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту. За результатами роботи у 2024 р. маємо зниження аналізованого показника до 5,783 част. од.

Наступним кроком переходимо до визначення інтегрального показник фінансової складової конкурентоспроможності. Результат розрахунку останнього приведено у табл. 2.5. Першим кроком аналізу значення інтегрального показника необхідно надати характеристику ситуації із від’ємним значенням обсягу власного капіталу ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Таблиця 2.5 – Визначення інтегрального показник фінансової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнт фінансування, част.од	-4,15	-4,20	-4,98
Середньорічна вартість позикового капіталу, тис. грн	44395614,00	43795179,00	42665424,00
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, част.од	0,02	0,03	0,03
Грошові кошти та їх еквіваленти, тис грн	1066361,00	1419075,00	1450687,00
Коефіцієнт автономії, част.од	-0,32	-0,31	-0,25
Середньорічна вартість активів, тис грн	33669415,00	33359567,00	34094405,00
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів, част.од	6,08	6,50	6,82
Середньорічна вартість оборотних коштів, тис. грн	11507619,00	13025922,00	13617539,00
Інтегральний показник фінансової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0,94	1,06	1,10

На рис. 2.10 наведено динаміку обсягу власного капіталу ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр. Встановлено, що у 2022 р. значення останнього становить (-10689935 тис. грн.). Виходячи з офіційної фінансової звітності від’єдне значення

власного капіталу є наслідок збитковості діяльності і нарощування нерозподіленого збитку. У 2021 р. останній складав 16042420 тис. грн., а за результатами у 2022 р. зростає до 23737638 тис. грн. Тобто маємо приріст на 47,96%.

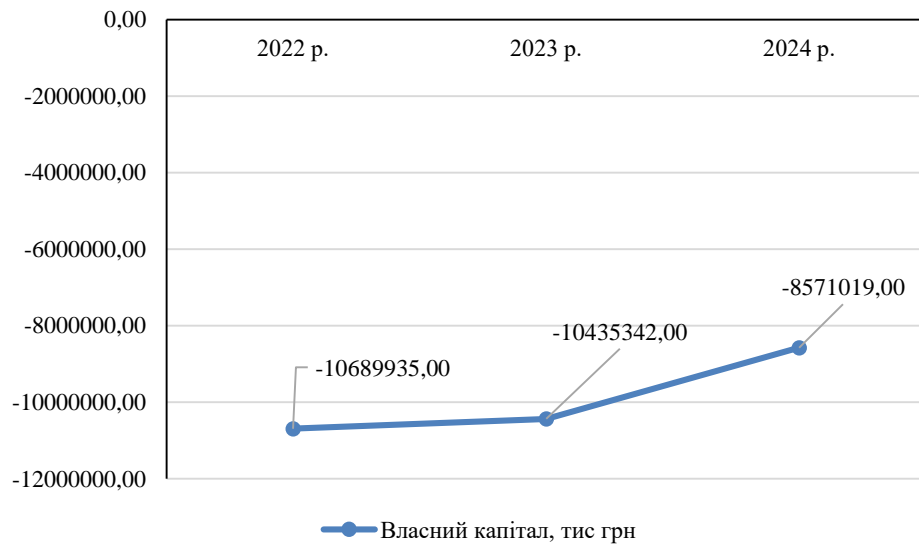


Рисунок 2.10 – Зміна обсягу власного капіталу ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

У 2023 р. ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» також отримало збиток у розмірі (-1850766 тис. грн.), отже маємо зниження рівня збитковості. Але все ж таким маємо збиток, який припадає на нерозподілений збиток та приводить до від'ємного значення власного капіталу (+103435342 тис. грн.). У 2024 р. ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» отримало прибуток у розмірі 153507 тис. грн, що позитивно вплинуло на показник власного прибутку (рис. 2.10). Отже можна переходити до характеристики показника фінансування, який у 2022-2024 рр. мав від'ємне значення. При чому маємо зменшення його значення з (-4,15 част.од) до (-4,98 част.од). Також маємо від'ємне значення коефіцієнту автономії, що вказує на фінансування підприємства за рахунок позикових коштів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» протягом 2022-2024 рр. збільшується з 0,02 част. од до 0,03 част. од. Зростання є наслідком збільшення грошових коштів на їх еквівалентів на балансі підприємства на 33,07 % у 2023 р. та на 2,23% у 2024 р. відносно попереднього періоду.

Значення коефіцієнту оборотності оборотних коштів змінюється у діапазоні з 6,08 разів на рік до 6,82 разів на рік. Зростання є наслідком збільшення обсягу оборотних коштів на балансі підприємства з 11507619 тис. грн до 13617539 тис. грн.

В свою чергу значення Інтегрального показника фінансової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» у 2022 р. становить 0,94 част.од. У наступному 2023 р. маємо зростання до 1,06 част.од і у 2024 р. до 1,1 част.од. Тому можна зробити висновок про покращення фінансового стану підприємства, що обумовлення отримання прибутку у 2024 р.

Наступним кроком виконаємо аналіз інтегрального показника організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 - Визначення інтегрального показника організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнт рентабельності адміністративних витрат, част. од	x	0,260	0,635
Коефіцієнт рентабельності витрат на збут, част.од	x	0,057	0,136
Інтегральний показник організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0	0,159	0,386

Отже у 2022 р. значення коефіцієнтів рентабельності адміністративних витрат та витрат на збут не може бути розрахованими, так як показник операційного прибутку від'ємний (рис. 2.13). Тому і інтегральний показник організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» визначено як нуль.

За результатами роботи у 2023 р. маємо зростання операційного прибутку до 1130812 тис. грн, тому було розраховано значення показників рентабельності. Отже значення коефіцієнту рентабельності адміністративних витрат становитиме 0,26 част.од. Окреслене значення сформувалось за умови зростання обсягу адміністративних витрат 4357328 тис. грн., що на 972379 тис. грн ніж у 2022 р.

Значення коефіцієнту рентабельності витрат на збут у 2023 р. становить 0,057 част.од., таке низьке значення обумовлено зростанням витрат на збут з 17517114 тис. грн. до 19669097 част.од.

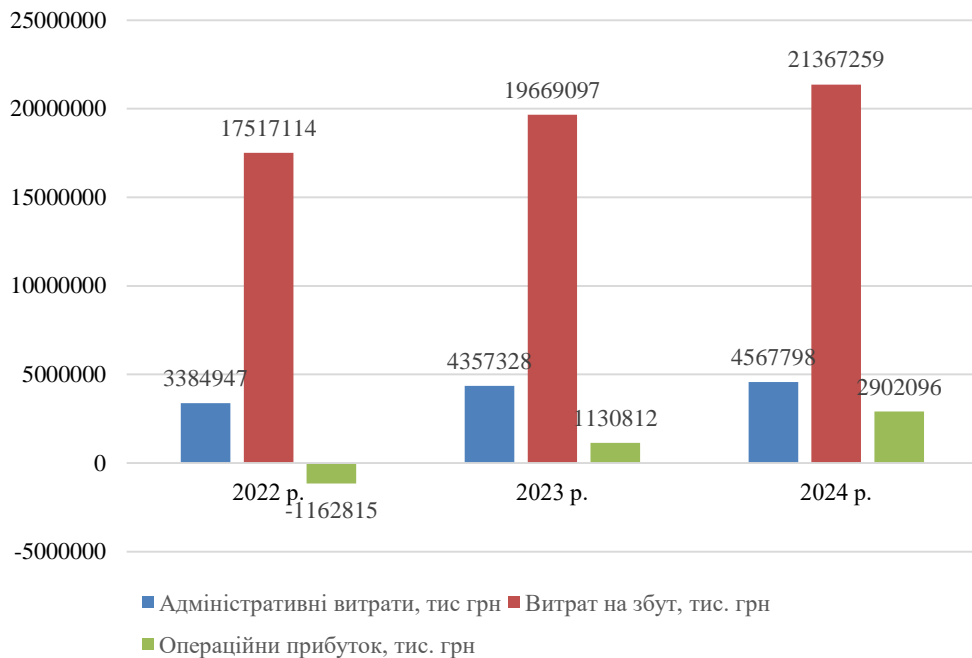


Рисунок 2.13 – Показники адміністративних витрат, витрат на збут та операційного прибутку ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

У 2024 р. маємо зростання коефіцієнтів рентабельності адміністративних витрат та витрат на збут. Коефіцієнт рентабельності адміністративних витрат зростає на 0,376 част.од, що є наслідком зростання операційного прибутку у 2,5 разів відносно 2023 р. Зростання значення коефіцієнту витрат на збут становить 0,078 част.од., що менше ніж темп росту показника рентабельності адміністративних витрат. Таким чином маємо зростання інтегрального показника організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» з 0,159 част.од до 0,386 част.од.

Переходимо до визначення інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 2.7).

Отже у 2022 р. показник продуктивності праці торговельних працівників становить 2096,15 тис. грн. на особу. У наступному 2023 р. маємо зростання продуктивності праці до 2870,77 тис. грн на особу. Тенденція щодо зростання продуктивності праці просліджується і у 2024 р., а саме маємо зростання до 2962,159 тис. грн. на особу.

Таблиця 2.7 - Визначення інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Продуктивність праці працівників торговельного підприємства, тис грн на особу.	2096,155	2870,773	2962,159
Ефективність праці торговельних працівників, грн. та грн.	14,070	14,627	12,572
Коефіцієнт плинності кадрів, част.од	0,236	0,245	0,325
Інтегральний показник забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	844,243	1154,311	1190,027

Було розраховано значення показника ефективності праці торговельних працівників. Встановлено, що у 2022 о. на гривню витрат на оплату праці припадає 14,07 грн. товарообороту. У наступному 2023 р. маємо зростання показник ефективності праці торговельних працівників до 14,62 грн, що є наслідком зростання товарообороту. У наступному 2024 р. аналізований показник знижується до 12,572 част.од , що є наслідком того що темп росту витрат на оплату праці більше ніж темп росту товарообороту. Показник плинності кадрів зростає з 0,236 част.од до 0,3225 част.од, що є наслідком виїзду громадян України після початку ворожого вторгнення РФ.

Таким чином значення інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» маєм позитивну динаміку зростання. У 2022 р. окреслене значення становить 844,24 част.од і на кінець 2024 р. зростає до 1190,027 част.од.

На останньому етапі виконаємо аналіз інтегрального показника інформаційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Результати розрахунків наведені у табл. 2.8. Визначено що інтегральний показник

складається із показників: оновлення програмного забезпечення та питомої ваги програмного забезпечення у вартості нематеріальних активів ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Значення коефіцієнту оновлення програмного забезпечення визначається від відношення вартості введеної програмного забезпечення до його вартості на кінець року. На рис. 2.14 наведено окреслені показники, які використані для розрахунку складових інтегрального показника.

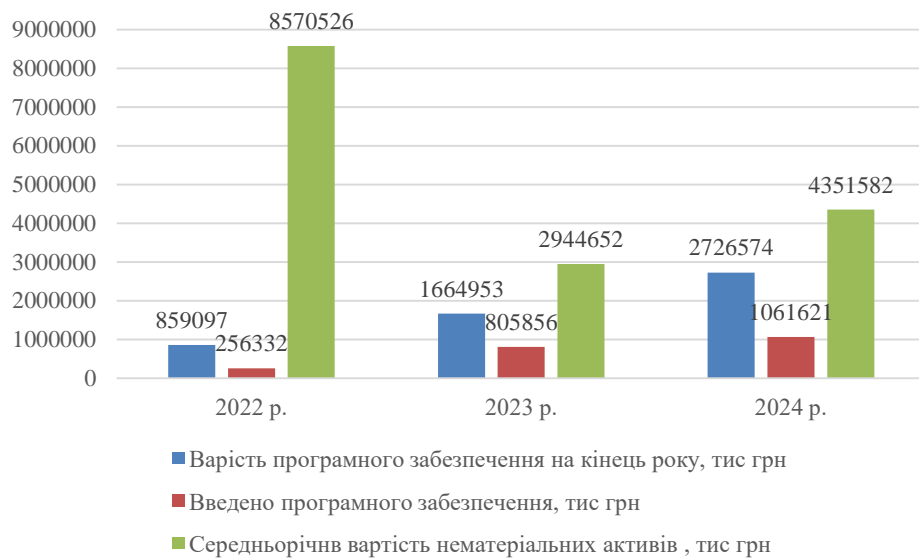


Рисунок 2.14 – Вартість програмного забезпечення ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Передусім спостерігається суттєве зростання питомої ваги програмного забезпечення у загальній вартості нематеріальних активів підприємства. А саме з 0,100 част. од. у 2022 р. до 0,565 част.од у 2023 р. та 0,627 част. од. у 2024 р. Це свідчить про активну цифровізацію діяльності підприємства, збільшення інвестицій у програмні продукти та підвищення ролі інформаційних технологій у забезпеченні конкурентних переваг.

Коефіцієнт оновлення програмного забезпечення також демонструє позитивну динаміку у 2023 р. (0,484 част.од порівняно з 0,298 част.од у 2022 р.), що вказує на інтенсивне впровадження нових ІТ-рішень. У 2024 році показник дещо знизився до 0,389 част. од, що може свідчити про перехід від активної фази оновлення до етапу стабілізації та ефективного використання вже впроваджених систем.

Таблиця 2.8 – Визначення інтегрального показника інформаційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Питома вага програмного забезпечення у загальній вартості нематеріальних активів, част.од	0,100	0,565	0,627
Коефіцієнт оновлення програмного забезпечення, част.од	0,298	0,484	0,389
Інтегральний показник інформаційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од.	0,199	0,525	0,508

Інтегральний показник інформаційної складової конкурентоспроможності підприємства має чітку тенденцію до зростання. А саме з 0,199 част.од у 2022 р. до 0,525 част.од. у 2023 р. та незначного зниження до 0,508 част.од. у 2024 р.. Загалом це підтверджує суттєве покращення рівня інформаційного забезпечення діяльності підприємства та його впливу на загальну конкурентоспроможність.

Отже, результати аналізу свідчать про посилення ролі інформаційних ресурсів і технологій у діяльності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», що позитивно впливає на його конкурентні позиції, незважаючи на певну стабілізацію окремих показників у 2024 р.

Резюмуючи вище наведене, було проаналізовано значення інтегральних показників оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за запропонованою методикою. Встановлено, що значення змінюють динамічно, у залежності обсягу товарообrotу та прибутку. У наступному розділі пропонуємо надати загальну характеристику рівню конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за основі суми значень інтегральних показників та визначення її індексу. За допомогою інструментів факторного та кореляційного аналізу виявити чинники, які спонукатимуть до зростання рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

РОЗДІЛ 3.

ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ТА РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

3.1. Визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО - ФУД» та виявлення резервів її підвищення

У попередньому параграфі було виконано розрахунок інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 2.2-2.8). Для комплексного оцінювання конкурентоспроможності пропонуємо звести інтегральні показники у узагальнюючу таблицю 3.1.

Таблиця 3.1 – Інтегральні показники конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Інтегральний показник торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».	0,4234	0,44722	0,43694
Інтегральний показник комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част. од.	11,682	9,960	9,256
Інтегральний показник маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	4,587	10,724	5,783
Інтегральний показник фінансової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0,94	1,06	1,01
Інтегральний показник організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0	0,159	0,386
Інтегральний показник забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	844,243	1154,311	1190,027
Інтегральний показник інформаційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од.	0,199	0,525	0,508

Аналіз наведених у таблиці інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022–2024 рр. свідчить про

загальну позитивну динаміку розвитку підприємства, хоча окремі складові демонструють нестабільні тенденції.

Зокрема, інтегральний показник торговельно-виробничої складової у 2023 р. зріс порівняно з 2022 р. (з 0,4234 част. од. до 0,44722 част.од), що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності. Однак у 2024 р. відбулося незначне зниження до 0,43694 част. од, що може бути пов'язано з коливаннями обсягів реалізації або витрат. Комерційна складова має чітку тенденцію до зниження: з 11,682 част.од у 2022 р. до 9,960 част.од. у 2023 р. та 9,256 част.од у 2024 р. Це може свідчити про певне послаблення позицій підприємства у сфері збуту, зміну ринкової кон'юнктури або посилення конкуренції.

Маркетингова складова характеризується значними коливаннями, різке зростання у 2023 р. (до 10,724 част.од) після рівня 4,587 част.од у 2022 р., а у 2024 р. зниження до 5,783 част.од. Така динаміка може бути результатом активних маркетингових кампаній у 2023 р. та подальшої їх оптимізації або скорочення у 2024 р.

Фінансова складова демонструє відносну стабільність і позитивну тенденцію, зростання з 0,94 част.од у 2022 р. до 1,06 част.од. у 2023 р. та незначне зниження до 1,01 част.од. у 2024 р. Значення понад 1 у 2023-2024 рр. свідчить про достатній рівень фінансової стійкості підприємства.

Організаційно-управлінська складова має чітко виражену позитивну динаміку, від повної відсутності значення у 2022 р. до 0,159 част.од. у 2023 р. та 0,386 част.од. у 2024 р, що вказує на поступове вдосконалення системи управління та організації діяльності підприємства. Показник забезпеченості працівниками демонструє стабільне зростання (з 844,243 част.од. у 2022 р. до 1190,027 част.од. у 2024 р.), що може свідчити про розширення діяльності підприємства, підвищення кадрового потенціалу та зміцнення трудових ресурсів.

Інформаційна складова також має позитивну динаміку, зростання з 0,199 част.од у 2022 р. до 0,525 част.од. у 2023 р. та незначне зниження до 0,508 част.од. у 2024 р., що загалом свідчить про розвиток інформаційного забезпечення та цифрових процесів на підприємстві.

Таким чином, результати аналізу показують, що ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» загалом зміцнює свою конкурентоспроможність, особливо за рахунок фінансової, кадрової та організаційно-управлінської складових, однак потребує уваги до комерційної та маркетингової діяльності для забезпечення стабільного довгострокового розвитку.

Наступним кроком пропонуємо визначити загальну суму інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Для цього використаємо формулу 1.32. Розрахунки приведено нижче.

$$\sum I(2022) = 0,4234 + 11,682 + 4,587 + 0,94 + 0 + 844,243 + 0,199$$

$$\sum I(2022) = 862,07$$

$$\sum I(2023) = 0,4472 + 9,960 + 10,724 + 1,06 + 0,159 + 1154,311 + 0,525$$

$$\sum I(2023) = 1177,186$$

$$\sum I(2024) = 0,7369 + 9,256 + 5,783 + 1,01 + 0,386 + 1190,02 + 0,508$$

$$\sum I(2024) = 1207,406$$

Отже маємо що у 2022 р. загальна сума інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» становить 862,07 од. При чому 97,9% загального показника припадає на інтегральний показник забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». В свою чергу останній визначається за умови врахування показника продуктивності праці торговельних працівників. У наступному 2023 р. маємо зростання суми інтегральних показників до 1177,186 част.од, при чому більша частина зростання припадає на зростання продуктивності праці. Аналогічна ситуація склалася і у 2024 р. Виходячи з цього можна зробити висновок про викривлення рівня конкурентоспроможності під впливом зростання обсягу товарообороту. Останній в

свою чергу враховує рівень інфляції, тому не відображає справжній рівень конкурентоспроможності.

Для вирішення проблеми викривлення загальної суми інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» пропонуємо розрахунок проводити без врахування інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Оновлена загальна сума інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» наведена на рис. 3.1.

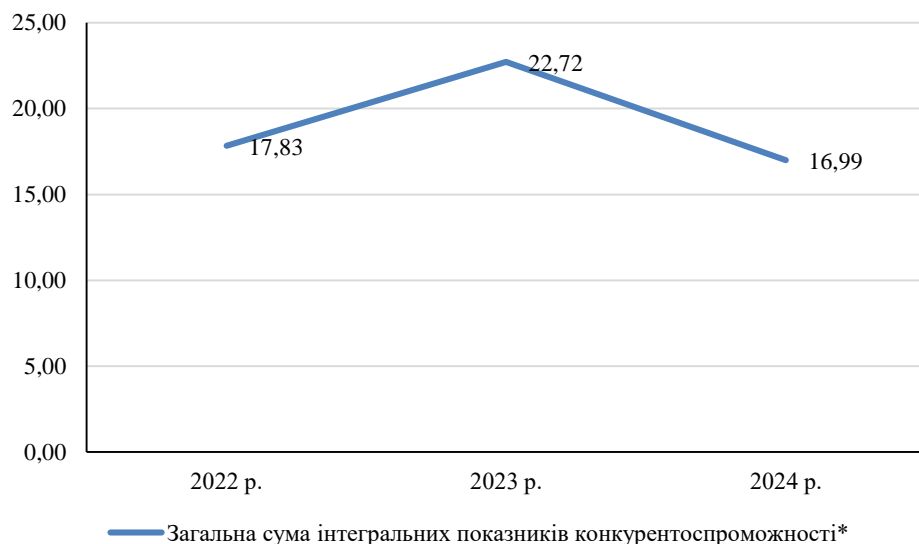


Рисунок 3.1 – Загальне значення суми інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»*

* - без урахування інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Отже, якщо визначати загальну суму за значеннями інтегральних показників, то у 2022 р. остання становить 17,83 од., у 2023 р. – 22,72 од. і у 2024 р. 16,99 од. Таким чином маємо зниження у 2024 р. відносно 2023 р. та 2022 р. Наступним кроком визначимо індекс суми інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Наступним кроком переходимо до розрахунку індексів суми індексів інтегральних показників. Для цього використаємо формула 1.33.

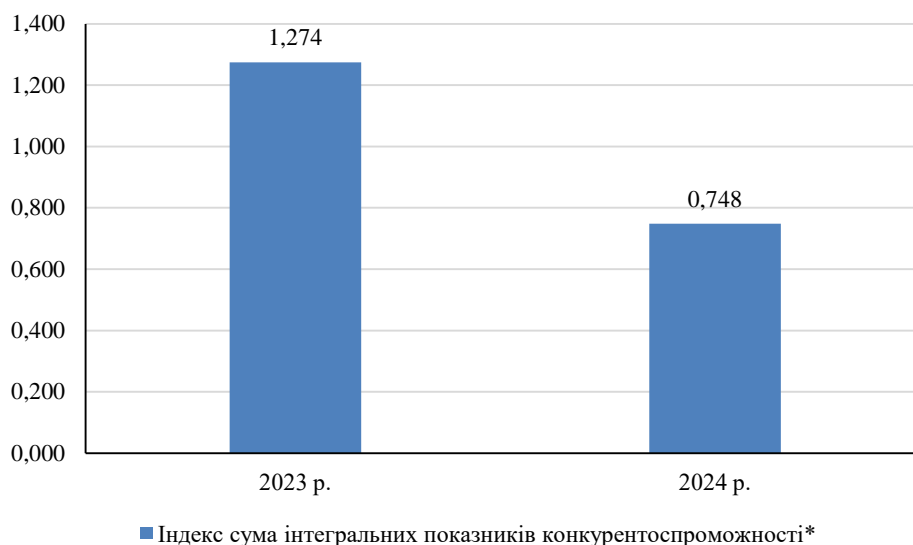


Рисунок 3.2 – Індекс загального значення суми інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»*

* - без урахування інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Отже маємо, що у 2023 р. значення індексу загального значення суми інтегральних показників конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»* становить 1,274 част.од. У 2024 р. маємо зниження суми інтегральних показників, що демонструє значення індексу. А саме у 2024 р. зниження суми інтегральних показників становить з 22,72 од. до 16,99 од. Значення індексу складає 0,748 част.од.

Опираючись на шкалу визначення рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства (табл. 1.1) можна зробити висновок, що у 2023 р. рівень становив «Достатній». У 2024 р. рівень конкурентоспроможності знижується до «Тривога I порядку» (при округленні до 0,75 част.од.). Виходячи з цього необхідно оперативно вжити заходи для покращення рівня конкурентоспроможності.

Для цього пропонуємо першим кроком визначити причину зниження суми інтегральних показників. Для цього звернемось до табл. 3.1 та визначимо динамку інтегральних показників.

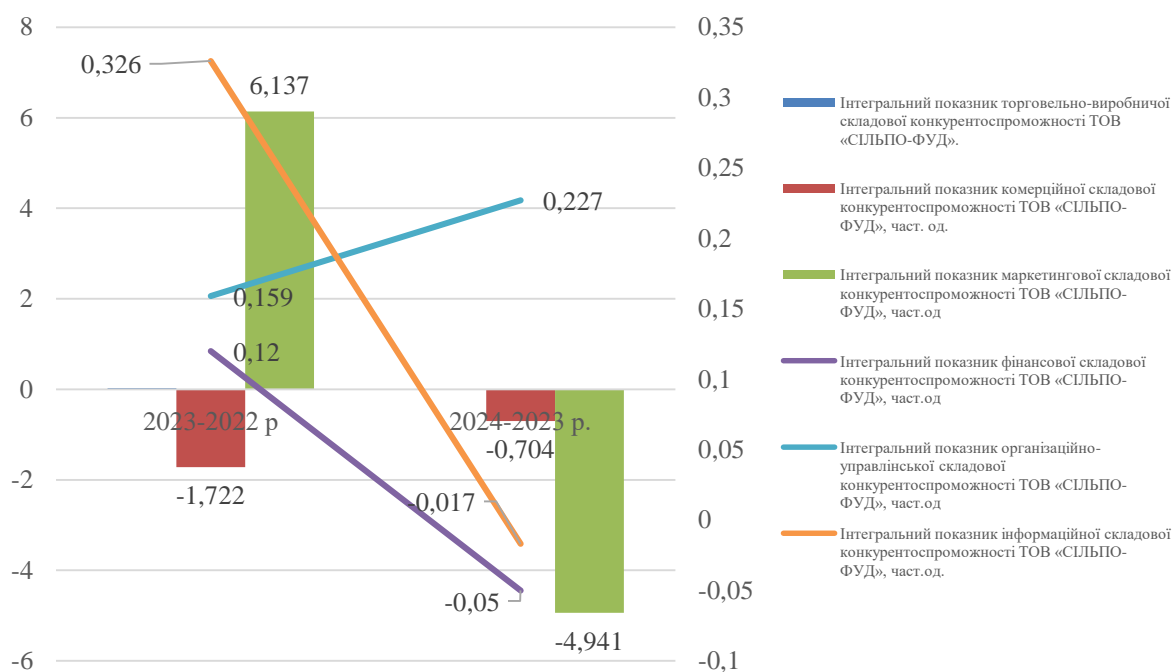


Рисунок 3.3 – Абсолютне відхилення за інтегральними показниками ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» (табл. 3.1)

Отже встановлено, що у 2023 р. відносно 2022 р. найбільше зниження має місце за показником комерційної складової конкурентоспроможності (-1,722 од.). За результатами роботи у 2024 р. маємо значне зниження за інтегральним показником маркетингової складової (на 4,941 од.). Зниження має місце також і за інтегральним показником комерційної складової (-0,704 част.од), фінансової складової (на 0,05 част.од) та інформаційної складової (на 0,017 част.од.).

Отже пропонуємо визначити причини зниження окреслених вище інтегральних показників і пропонуємо почати з інтегрального показника маркетингової складової. Якщо повернутися до табл. 2.4, можна побачити, що зниження значення інтегрального показника відбулось під впливом зниження коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту (КЕРЗСК) (з 21,294 од. у 2023 р. до 11,42 од. у 2024 р.).

Для виявлення причини пропонуємо використати інструменти факторного аналізу, а саме скористаємось методом ланцюгової підстановки:

$$\text{КЕРЗСК}_0 = \frac{\Delta \text{ВП}_0}{\text{ВР}_0} \quad (3.1)$$

$$\text{КЕРЗСК}_{\text{умова 1}} = \frac{\Delta \text{ВП}_1}{\text{ВР}_0} \quad (3.2)$$

$$\text{КЕРЗСК}_1 = \frac{\Delta \text{ВП}_1}{\text{ВР}_1} \quad (3.3)$$

Вплив зміни зростання валового прибутку отриманого за рахунок витрат на рекламу на коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту визначається за формулою:

$$\text{КЕРЗКС}_{\Delta \text{ВП}} = \text{КЕРЗКС}_{\text{умова 1}} - \text{КЕРЗКС}_0 \quad (3.4)$$

Вплив зміни витрат на рекламу на коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту визначається за формулою:

$$\text{КЕРЗКС}_{\text{ВР}} = \text{КЕРЗКС}_1 - \text{КЕРЗКС}_{\text{умова 1}} \quad (3.5)$$

Переходимо до проведення факторного аналізу. Результати проведення факторного аналізу представлені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Результати проведеного факторного аналізу коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Показник	2023-2022	2024-2023
Вплив зміни зростання валового прибутку отриманого за рахунок витрат на рекламу на коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту	23,461	-6,758
Вплив зміни витрат на рекламу на коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту	-11,192	-3,115
Разом	12,269	-9,873

Отже виходячи з проведеного факторного аналізу маємо, що у 2023 р. значення коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту підвищувалось під впливом зростання валового прибутку (+23,461 од.). У 2024 р. під впливом зниження валового прибутку маємо зниження аналізованого коефіцієнту на 6,758 од. Таким чином можна зробити висновок про необхідність розробки заходів для підвищення обсягу валового прибутку.

Наступним кроком пропонуємо визначити причину зниження інтегрального показника фінансової складової конкурентоспроможності. Для цього пропонуємо повернутися у табл. 2.5. Найбільше негативна зміна відбулась за коефіцієнтом фінансування, який продовжує тенденцію до зниження. Тому пропонуємо провести його факторний аналіз використовуючи метод ланцюгової підстановки.

$$K_{\phi 0} = \frac{ЗК_0}{ВК_0} \quad (3.6)$$

$$K_{\phi \text{умова } 1} = \frac{ЗК_1}{ВК_0} \quad (3.7)$$

$$K_{\phi 1} = \frac{ЗК_1}{ВК_1} \quad (3.8)$$

Звідси вплив зміни обсягу позикового капіталу на коефіцієнт фінансування буде визначатися за формулою:

$$K_{\phi}(ЗК) = K_{\phi \text{умова } 1} - K_{\phi 0} \quad (3.9)$$

Вплив зміни обсягу власного капіталу на коефіцієнт фінансування визначається за формулою:

$$K_{\phi}(ВК) = K_{\phi 1} - K_{\phi \text{умова } 1} \quad (3.10)$$

Наступним кроком переходимо до факторного аналізу, результати представимо у табл. 3.3. Треба зазначити, що складність проведення факторного аналізу коефіцієнту фінансування ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» є у тому, що обсяг

власного капіталу останні три року був від'ємний. Тому разом із факторним аналізом доцільно привести показники абсолютного відхилення позикового та власного капіталу.

Таблиця 3.3 – Результати проведення факторного аналізу коефіцієнту фінансування ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Показник	2023-2022	2024-2023
Вплив зміни позикового капіталу на коефіцієнт фінансування, част.од	0,0562	0,1083
Абсолютне відхилення обсягу позикового капіталу, тис. грн.	-600435,00	-1129755,00
Вплив зміни власного капіталу на коефіцієнт фінансування, част.од	-0,1000	-0,8893
Абсолютне відхилення обсягу власного капіталу, тис. грн	254593,00	1864323,00
Перевірка проведення факторного аналізу	-0,04	-0,78

Отже відповідно до інформації, що наведена у табл. 3.3 маємо, що у 2023 р. значення коефіцієнту фінансування становить (-4,2 од.), що на 0,04 част.од менше ніж у 2022 р. Зниження є наслідком зростання показника власного капіталу, який у 2022 р. становив (-10689935 тис. грн), а у 2023 р. зростає на 254593 тис. грн і становить (-10435342 тис. грн.). Маємо також зниження позикового капіталу на 600435 тис. грн, що призвело до зростання коефіцієнту фінансування на 0,0562 част.од. У наступному 2024 р. маємо продовження тенденції зростання власного капіталу підприємства та зниженню позикового капіталу. Загалом значення коефіцієнту фінансування під впливом зростання власного капіталу знижується на 0,8893 част. од. За умови зниження позикового капіталу на 1129755 част. од маємо зростання коефіцієнту фінансування на 0,1083 част.од.

Разом із позитивною тенденцією скорочення нерозподіленого збитку та зниження частини позикового капіталу все одно питання підвищення прибутковості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» стоїть гостро. Отже треба розробити заходи для підвищення рівня чистого фінансового результату, у тому числі і валового прибутку (табл. 3.2).

Наступним розглянемо зниження комерційної складової конкурентоспроможності. Розрахунок останньої приведено у табл. 2.3. Отже маємо, що протягом 2022-2024 рр. скорочується значення коефіцієнтів : коефіцієнт

оборотності запасів та коефіцієнт оборотності торговельної дебіторської заборгованості (рис. 34). Окреслені коефіцієнти об'єднує чисельник, а саме обсяг товарообороту.

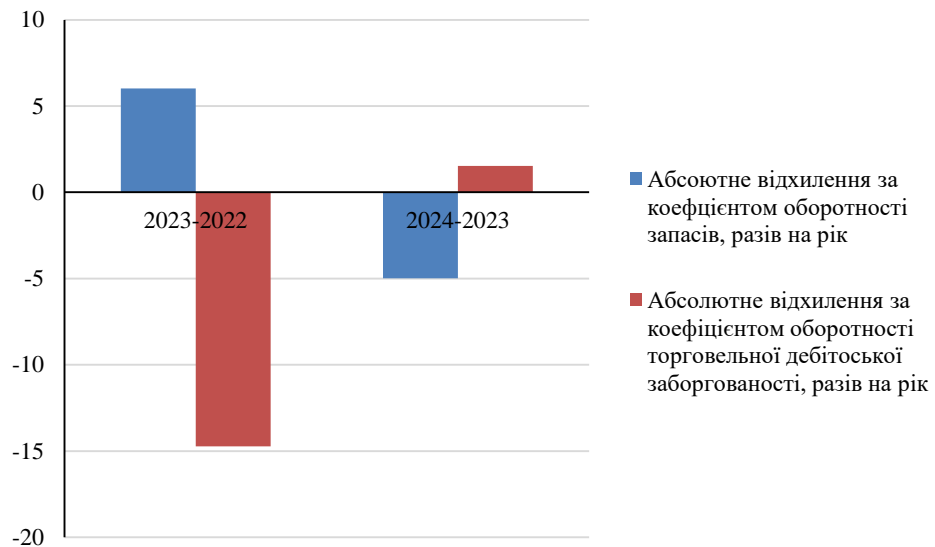


Рисунок 3.4 – Абсолютно відхилення за показниками оборотності запасів та торговельної дебіторської заборгованості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

За логікою розрахунку коефіцієнту, чим більше товарооборот, тим більше коефіцієнти оборотності як запасів так і торговельної дебіторської заборгованості. В свою чергу пропонувати заходи за для зниження обсягу торговельних запасів без розгляду процесу їх формування є нераціональним. Така саме логіка присутня і при розробці заходів для зниження торговельної дебіторської заборгованості. Виходячи з вище наведеного є необхідність розробки заходів для підвищення обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Резюмуючи вище наведене можна зробити висновок, що протягом 2022-2024 рр. рівень конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» знижується з «Достатнього» до «Тривога І». Зниження є наслідком скорочення темпу росту валового прибутку, а отже в обсягу товарообороту. Тому у наступному параграфі пропонуємо розглянути заходи за для зростання товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

3.2. Пропозиції, щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

У попередньому параграфі було проведено оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» за 2022-2024 рр. Встановлено, що у 2024 р. рівень конкурентоспроможності знизився до «Тривога І». Для виявлення причин зниження було проведено факторний аналіз показників : коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту, коефіцієнту фінансування, а також коефіцієнтів оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості.

Встановлено, що на зниження ефективності використання бюджету на рекламу та зниження коефіцієнтів оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості впливає товарооборот. Тому наступним кроком пропонуємо розробити пропозиції, які дозволять збільшити обсягу товарообороту.

Повертаючись до параграфу 2.1 зазначимо, що товарооборот ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» складається з декількох позицій (рис. 2.1). Тому перш ніж розробляти пропозиції із зростання товарообороту пропонуємо виконати прогнозування його обсягу використовуючи показник лінії тренду.

На рис. 3.5 наведені рівняння лінії тренду за показника «Роздрібного товарообороту» та «Оптові продажі на території України».

Рівняння лінії тренду за показником «Роздрібного товарообороту» має наступний вираз:

$$Y=11380927,5 \times x + 52882459 \quad (3.11)$$

Виходячи з цього рівняння можна виконати прогнозування обсягу роздрібного продажу на наступні три періоди:

Прогнозний період 1

$$11380927,5 \times 4 + 52882459 = 98406169 \text{ тис. грн}$$

Прогнозний період 2

$$11380927,5 \times 5 + 52882459 = 109787096,5 \text{ тис. грн}$$

Прогнозний період 3

$$11380927,5 \times 6 + 52882459 = 121168024 \text{ тис. грн}$$

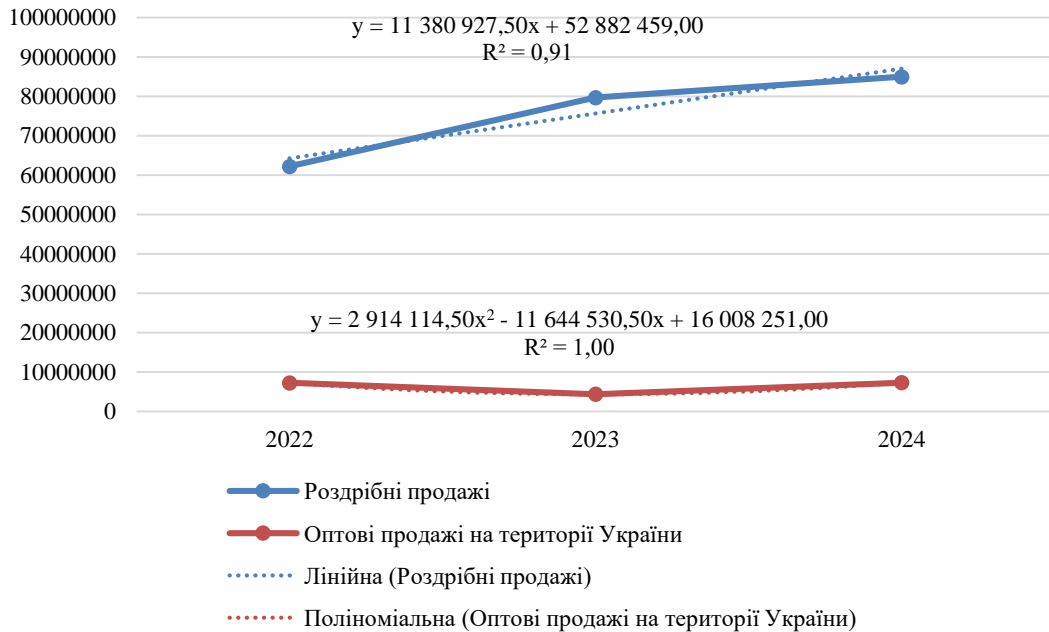


Рисунок 3.5 – Рівняння лінії тренду за показника «Роздрібного товарообороту» та «Оптові продажі на території України».

На рис. 3.5 наведено рівняння лінії тренду за показником «Оптові продажі на території України».

$$Y = 2914114,5 \times x^2 - 11644530,5 \times x + 16008251 \quad (3.12)$$

Виходячи з цього рівняння можна виконати прогнозування обсягу оптових продажів на території України на наступні три періоди, розрахунки проводимо аналогічно. Наступним кроком було побудова рівняння лінії тренду за показниками доходу від реалізації послуг та програмою лояльності «Власний рахунок». Остання зображено на рис. 3.6.

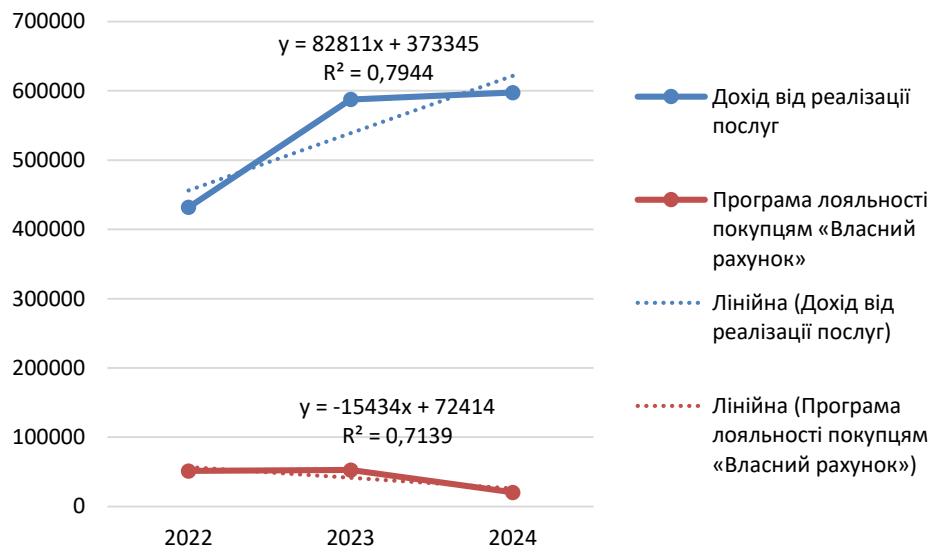


Рисунок 3.6 – Рівняння лінії тренду за показника «Доходу від реалізації послуг» та «Програми лояльності «Власний рахунок».

Використовуючи вище окреслені рівняння було розраховано прогностні значення обсягів доходу отриманого ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» на три наступні прогностні періоди. Загалом вище значення розрахованих прогності обсягу товарообороту приведено у табл. 3.4

Таблиця 3.4 – Прогностні значення обсягу товарообороту за всіма складовими ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Складова товарообороту	2024 р.	Прог. пер. 1	Прог. пер. 2	Прог. пер. 3
Роздрібні продажі	84991447	98406169	109787096,5	121168024
Оптові продажі на території України	7301690	16055961	30638461	51049190
Дохід від реалізації послуг	597458	704589	787400	870211
Програма лояльності покупцям «Власний рахунок»	20470	10678	0 (-4756)	0 (-20190)
Разом	92911065	115177397	141212957,5	173087425

Отже при виконання прогнозування виявлено, що обсяг доходу від програми лояльності покупцям «Власний рахунок» у прогностному періоді 2 буде від’ємний (-4756 тис. грн), тобто приймаємо значення 0 грн. Аналогічна ситуація склалась і у прогностному періоді 3.

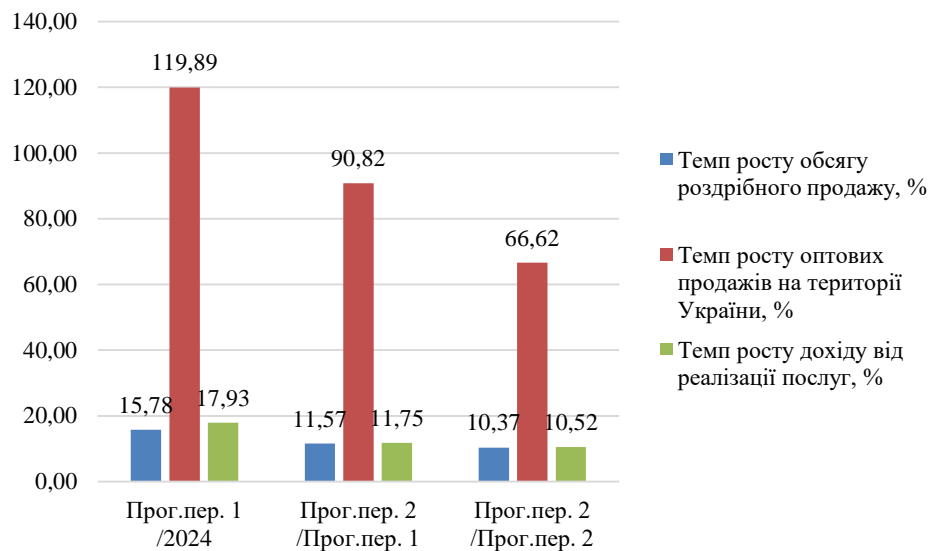


Рисунок 3.7 – Темп росту прогнозного обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

На рис. 3.7 наведено показники темпу росту прогнозного обсягу товарообороту. Встановлено, що найбільший темп росту має місце за оптовими продажами на території України. На другому місці темп росту доходу від реалізації послуг. І на останнього – обсяг роздрібного продажу.

У попередньому параграфі наведено структуру товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» на 2022-2024 р., де переважає роздрібний продаж. Тому пропонуємо розробити заходи саме на зростання останнього. При чому заходи повинні бути націлені на зростання більше ніж на 15%, що останнє перевищувало прогнозне зростання (табл. 3.5, рис. 3.7).

Для забезпечення зростання обсягу товарообороту роздрібного продажу ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» понад 15% у кожному з трьох наступних прогнозних періодів, доцільно реалізувати комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на підвищення попиту, середнього чека та частоти покупок. Перелік пропозицій зростання обсяг товарообороту наведено у табл. 3.5.

Аналіз сучасних джерел та публікацій надає можливість визначити пропозиції для зростання обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Серед пропозицій найменш затратними є: розвиток омніканальних продажів [26], персоналізовані програми лояльності, оптимізація мерчандайзингу та торгового

простору та активізація маркетингових кампаній. Перераховані пропозиції будуть ефективно об'єднуватися, що створить ефект синергії.

Таблиця 3.5 – Пропозиції щодо зростання обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Пропозиція	Пояснення	Заходи	Прогнозне зростання
Розвиток омніканальних продажів [26]	активне масштабування онлайн-каналів (доставка, click&collect, мобільні додатки).	розширення географії доставки; оптимізація мобільного додатку; впровадження персоналізованих пропозицій онлайн.	+6–8% до товарообороту щорічно.
Персоналізовані програми лояльності	використання Big Data для формування індивідуальних пропозицій.	персональні знижки на основі історії покупок; гейміфікація (бонуси, рівні клієнтів); крос-продажі через додаток.	+4–6% щорічно за рахунок зростання середнього чека.
Оптимізація мерчандайзингу та торгового простору	підвищення ефективності використання площі.	впровадження data-driven планограм; акцент на зонах імпульсних покупок; збільшення зон готової їжі.	+2–4% щорічно
Активізація маркетингових кампаній	посилення комунікацій і бренду.	digital-маркетинг (соцмережі, influencer marketing); тематичні акції та колаборації; локальні рекламні кампанії.	+3–5% щорічно
Разом можливе зростання за умови реалізації вище наведених пропозицій			+15-23% щороку.

Виходячи з вище наведених пропозицій можна пропустити обсяги зростання товарообороту на наступні три роки. А саме у першому прогнозному періоді припускаємо зростання обсягу товарообороту на 18% відносно 2024 р. У другому на 17% і у третьому на 16% відносно попереднього прогнозного періоду. При чому темп росту буде трішки знижуватися, адже перший рік принесе найбільш ефект у зв'язку із новизною.

При прогнозування значення обсягу товарообороту за умови реалізації пропозицій було виконано розрахунок оновленого значення товарообороту. А саме

у першому прогностному періоді маємо 100289907,5 тис. грн. обсяг роздрібного продажу. У другому – 117339191,7 тис. грн і у третьому - 136113462,4 тис. грн.

Таблиця 3.6 – Прогнозні значення обсягу товарообороту за умови реалізації пропозиції (табл. 3.5) ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Складова товарообороту	2024 р.	Прог. пер. 1	Прог. пер. 2	Прог. пер. 3
Роздрібні продажі	84991447	100289907,5	117339191,7	136113462,4
Оптові продажі на території України	7301690	16055961	30638461	51049190
Дохід від реалізації послуг	597458	704589	787400	870211
Програма лояльності покупцям «Власний рахунок»	20470	0	0	0
Разом	92911065	117050457,5	148765052,7	188032863,4

За складовими «Оптові продажі на території України» та «Дохід від реалізації послуг» прогнозування зміни пропонуємо здійснювати за рівняннями лінії тренду (рис. 3.5 – 3.6). Таким чином маємо прогнозне значення товарообороту торговельної мережі ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» у першому прогностному періоду 117050457,5 тис. грн, у другому – 148765052,7 тис. грн і у третьому – 188032863,4 тис. грн. На рис. 3.8 наведено у порівнянні прогностні значення обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

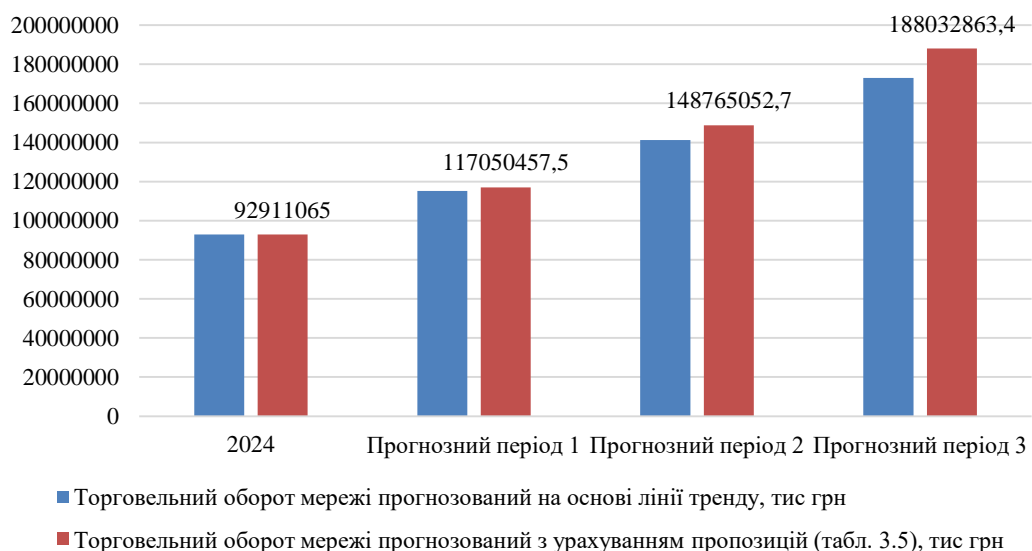


Рисунок 3.8 – Прогнозні значення обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Було виконано розрахунок прогнозних значень обсягу товарообороту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», наступним кроком пропонуємо визначити як окреслене зростання вплине на рівень конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Виходячи з параграфу 3.1 пропонуємо визначити як зміниться інтегральні показники складових конкурентоспроможності : маркетингової, фінансової та комерційної.

Почнемо з маркетингової складової конкурентоспроможності (параграф 2.1), остання визначається за двома коефіцієнтами : коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту та ринкової частки. Зрозуміло, що окреслені пропозиції (табл. 3.5) не яким чином не вплине на зміну ринкової частки хоча б один відсоток.

Коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту за умови зростання обсягу товарообороту буде змінюватися. Для цього пропонуємо його перерахувати на три наступні прогнозні періоди і врахувати зростання обсягу товарообороту. Зміну обсягу витрат на рекламу визначати на основі рівняння лінії тренду (Додаток А).

Показник зростання валового прибутку (табл. 3.7) пропонуємо визначити використовуючи рівняння лінійної регресії. А саме визначити як обсяг валового прибутку (ВП) буде змінюватися під впливом зміни обсягу товарообороту (ТО). Використовуючи відповідно функції у Excel сформовано рівняння:

$$\text{ВП} = -7059662,89 + \text{ТО} \times 0,373 \quad (3.13)$$

Отримане рівняння має коефіцієнт детермінації 0,99 част.од, отже коефіцієнт кореляції 0,99 част.од. За допомогою рівняння 3.13 та прогнозних обсягів товарообороту (табл. 3.6) визначено обсяг валового прибутку. Останній зображено на рис. 3.9. Потім виконано розрахунок зростання валового прибутку відносно попереднього періоду і результати занесені у таблицю 3.7.

Таблиця 3.7 – Прогнозування значень маркетингової та комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Прогнозний період 1	Прогнозний період 2	Прогнозний період 3
Маркетингова складова конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».						
Коефіцієнту ефективності реклами та засобів стимулювання збуту, част.од	9,025	21,294	11,421	23,012	25,830	27,517
Зростання валового прибутку, тис грн	1426055	5133289	3504221	8839236,556	11843587,19	14664281,13
Витрати на рекламу та засоби стимулювання збуту, тис грн	158019	241071	306829	384116	458521	532926
Частка ринку, част.од	0,15	0,1546	0,1456	0,1456	0,1456	0,1456
Інтегральний показник маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	4,587	10,724	5,783	11,58	12,99	13,83
Комерційна складова конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».						
Коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів, част.од	0,726	0,713	0,701	0,676	0,642	0,599
Коефіцієнт рентабельності товарів, част.од	0,377	0,402	0,427	0,476	0,543	0,627
Коефіцієнт оборотності запасів, разів на рік	12,079	18,092	13,107	14,0142	14,1685	14,3228
Коефіцієнт оборотності торговельної дебіторської заборгованості, разів на рік	40,756	26,027	27,560	26,392	28,271	30,881
Торгова дебіторська заборгованість, тис грн	1717313,00	3255336,00	3 371 176	4435138	5262069,5	6089001
Коефіцієнт оборотності торговельної кредиторської заборгованості, разів на рік	4,472	4,567	4,483	5,006	5,740	6,608
Торгова кредиторська заборгованість, тис грн	15651516,00	18550408,00	20724486,00	23381775,33	25918260,33	28454745,33
Інтегральний показник комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од.	11,682	9,960	9,256	9,313	9,873	10,608

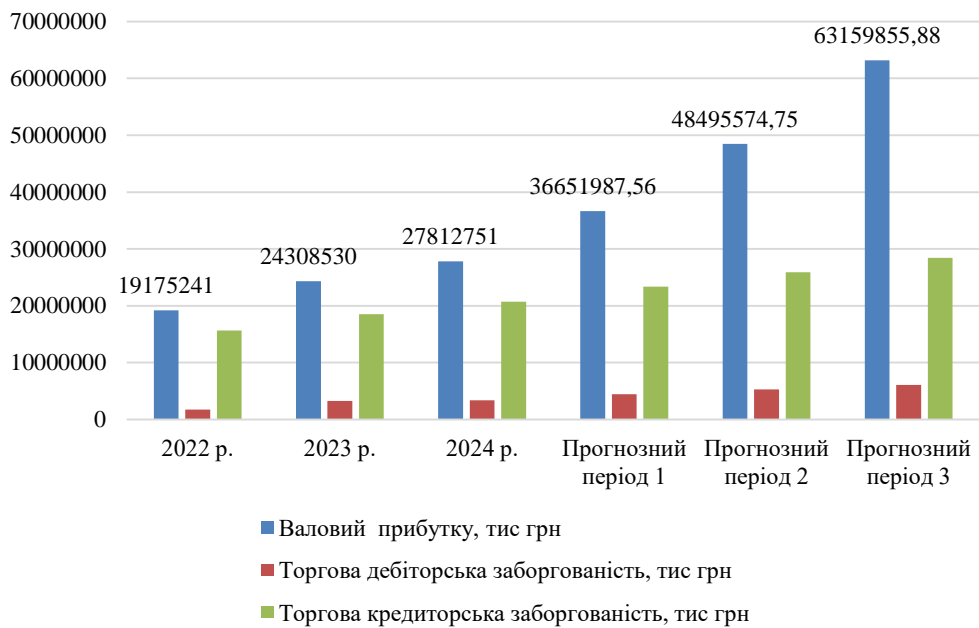


Рисунок 3.9. – Прогнозні значення економічних показників ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» розраховані за рівням лінії тренду (Додаток А)

Наступник кроком переходимо до прогнозування значення комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Для цього визначимо прогнозні значення обсягу торговельної дебіторської та кредиторської заборгованості використовуючи лінію тренду (додаток А). За рівняння лінії тренду було виконано розрахунок прогнозних значень заборгованостей та наведено у табл. 3.7. Маючи прогнозні значення обсягу торговельної дебіторської заборгованості було визначено коефіцієнт оборотності, який у першому прогнозному періоді становить 26,93 обороти на рік. У другому – 28,71 обороти і у третьому – 30,881 оборотів на рік.

Було розраховано коефіцієнт оборотності торговельної кредиторської заборгованості, встановлено що останній у першому прог.періоді становить 5,006 оборотів на рік. У другому маємо зростання швидкості оборотності до 5,74 і у третьому – 6,608 оборотів на рік.

Наступним кроком визначимо, як зростання товарообороту вплине на показник коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів. Для цього було проведено

кореляційний аналіз та сформовано рівняння залежності значення аналізованого коефіцієнту від обсягу товарообороту (форм. 3.14).

$$\text{ВПОТ} = 0,8023 - \text{ТО} \times 0,000000001 \quad (3.14)$$

Використовуючи рівняння 3.14 та прогнознi значення обсягу товарообороту було визначено коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів. Перший прогнозний період, коефіцієнт витрат на продаж одиниці товарів визначається нижче. За наступні періоди отримані значення приведені у табл. 3.7 :

$$\text{ВПОТ} = 0,8023 - 117050457,5 \times 0,000000001; \text{ ВПОТ} = 0,676 \text{ час.тод}$$

Прогнозне значення коефіцієнту рентабельності товарів (Р) пропонуємо визначити також шляхом кореляційного аналізу. А саме визначити наявність залежності між показником валового прибутку (ВП) та аналізованим коефіцієнтом. Для цього побудовано рівняння:

$$P = 0,266 + \text{ВП} \times 0,00000000571 \quad (3.15)$$

Використовуючи рівняння визначено прогнозні значення коефіцієнтів рентабельності товарів за умови використання прогнозного значення валового прибутку.

Перший прогнозний період, значення коефіцієнту рентабельності товарів визначається:

$$P = 0,266 + 36651987 \times 0,00000000571 \quad ; P = 0,476 \text{ част.од}$$

Отримана величина внесене у табл. 3.7. За наступні роки проведено аналогічні розрахунки. Результати розрахунків представлено у табл. 3.7. Обсяг

коефіцієнту оборотності торговельних запасів було визначено на основі рівняння лінії тренду (Додаток Б).

Отже підводячи підсумок розрахунків наведених у табл. 3.7 можна виконати розрахунок загального інтегрального показника конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».

Таблиця 3.8 – Прогнозування значення інтегрального показника конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» та його індексу*

Показник	Прогнозний період 1	Прогнозний період 2	Прогнозний період 3
Інтегральний показник торговельно-виробничої складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД».	0,43694	0,43694	0,43694
Інтегральний показник комерційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од.	9,312749	9,872945	10,60765
Інтегральний показник маркетингової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	11,57875	12,98779	13,83107
Інтегральний показник фінансової складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0,94	1,06	1,01
Інтегральний показник організаційно-управлінської складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од	0,508	0,508	0,508
Інтегральний показник інформаційної складової конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», част.од.	23,16244	25,25167	26,77966
Індекс зміни загальної суми інтегральних показників конкурентоспроможності, част.од	1,0192	1,0902	1,0605

* - без врахування інтегрального показника забезпеченість працівниками підприємства конкурентоспроможності

Проведене дослідження рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» дозволило встановити, що протягом 2022–2024 рр. підприємство загалом демонструвало позитивну динаміку розвитку за окремими складовими, однак у 2024 році відбулося зниження загального рівня конкурентоспроможності з «достатнього» до рівня «тривога I порядку». Це свідчить про наявність системних проблем, які потребують оперативного управлінського реагування.

Ключовими факторами зниження конкурентоспроможності стали погіршення маркетингової, комерційної та частково фінансової складових. Зокрема, встановлено зниження ефективності використання витрат на рекламу, що обумовлено скороченням темпів зростання валового прибутку, а також уповільнення оборотності запасів і дебіторської заборгованості, що безпосередньо пов'язано зі змінами обсягів товарообороту. Водночас, попри позитивні тенденції у зростанні власного капіталу та зменшенні позикового, підприємство все ще стикається з проблемами прибутковості та ефективності фінансового управління.

Окремо встановлено, що використання показника забезпеченості працівниками суттєво викривлює загальний інтегральний показник конкурентоспроможності, що потребує коригування методичного підходу до оцінювання. Після усунення цього впливу було виявлено реальне зниження конкурентних позицій підприємства, що підтверджує необхідність удосконалення системи оцінки.

У ході дослідження обґрунтовано, що ключовим резервом підвищення конкурентоспроможності є зростання обсягу товарообороту, оскільки саме він визначає ефективність маркетингової діяльності, рівень прибутковості та швидкість обороту ресурсів. Прогнозні розрахунки показали, що за умов реалізації запропонованих заходів (розвиток омніканальних продажів, персоналізовані програми лояльності, оптимізація торгового простору та активізація маркетингових комунікацій) можливе забезпечення щорічного зростання роздрібного товарообороту на рівні понад 15%.

Реалізація запропонованих заходів дозволить підвищити валовий прибуток, покращити показники маркетингової та комерційної ефективності, прискорити оборотність ресурсів і, як наслідок, забезпечити зростання інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства у прогнозних періодах. Це створить передумови для переходу підприємства від кризового стану до стабільного розвитку та зміцнення його позицій на ринку.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» можливе за умови комплексного підходу, що поєднує вдосконалення методики

оцінювання, підвищення ефективності маркетингової діяльності та активне управління товарооборотом як ключовим фактором економічного зростання.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та практичне вирішення завдання щодо оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та обґрунтування пропозицій щодо її підвищення на прикладі ТОВ «СІЛЬПО».

У ході дослідження встановлено, що конкурентоспроможність торговельного підприємства є складною багатофакторною економічною категорією, яка характеризує здатність суб'єкта господарювання ефективно функціонувати в умовах конкурентного середовища, формувати та підтримувати стійкі конкурентні переваги, забезпечувати високий рівень задоволення потреб споживачів і досягати стабільних фінансово-економічних результатів. Визначено, що в сучасних умовах розвитку торгівлі ключовими чинниками забезпечення конкурентоспроможності є якість обслуговування, широта асортименту, ефективність маркетингової діяльності, фінансова стійкість, інноваційність та здатність підприємства швидко адаптуватися до змін ринкового середовища.

У результаті дослідження методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності торговельних підприємств встановлено, що найбільш доцільним для комплексного аналізу є використання інтегрального підходу, який дозволяє враховувати сукупний вплив торговельно-виробничої, комерційної, маркетингової, фінансової, організаційно-управлінської, кадрової та інформаційної складових діяльності підприємства. Запропонована методика дає можливість не лише оцінити поточний рівень конкурентоспроможності, але й визначити резерви її підвищення та сформулювати практичні рекомендації щодо зміцнення ринкових позицій підприємства.

Проведений аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «СІЛЬПО» засвідчив, що підприємство протягом 2022–2024 років демонструвало позитивну динаміку основних показників діяльності. Загальний обсяг товарообороту зріс із 69 990 601 тис. грн у 2022 році до 92 911 065 тис. грн у 2024 році, що свідчить про загальне

зростання на 32,75 %. Основну частку товарообороту формували роздрібні продажі, питома вага яких перевищувала 90 % загального обсягу реалізації. Водночас підприємство розширило напрями діяльності та у 2024 році здійснювало оптові поставки товарів за межі України.

Встановлено, що протягом досліджуваного періоду спостерігалось зростання валового прибутку підприємства з 19 175 241 тис. грн у 2022 році до 27 812 751 тис. грн у 2024 році, тобто на 45,05 %. Також позитивною тенденцією стало покращення фінансових результатів діяльності. Якщо у 2022 році підприємство отримало чистий збиток у розмірі 7 632 609 тис. грн, то за результатами 2024 року отримано чистий прибуток у сумі 153 507 тис. грн. Рентабельність продажів зросла з 27,40 % до 29,93 %, що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності підприємства.

Разом із позитивними тенденціями виявлено низку проблемних аспектів, які негативно впливають на рівень конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО». Зокрема, спостерігалось зниження окремих показників ефективності використання ресурсів, зменшення чисельності персоналу порівняно з базовим періодом, а також нестабільність окремих комерційних та маркетингових показників. Встановлено, що посилення конкуренції на ринку роздрібної торгівлі потребує постійного вдосконалення механізмів управління конкурентоспроможністю та пошуку нових джерел формування конкурентних переваг.

На основі запропонованої методики проведено оцінювання рівня конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО» за 2022–2024 роки. За результатами розрахунків встановлено, що у 2024 році інтегральний показник конкурентоспроможності становив 16,99 одиниць, що на 25,22 % менше порівняно з попереднім роком. Індекс конкурентоспроможності склав 0,74, що свідчить про зниження рівня конкурентоспроможності та відповідає стану «Тривога II порядку». Отримані результати підтверджують необхідність розроблення та впровадження заходів, спрямованих на зміцнення конкурентних позицій підприємства.

У процесі дослідження визначено основні резерви підвищення конкурентоспроможності ТОВ «СІЛЬПО». До них віднесено нарощування обсягів

товарообороту, підвищення ефективності маркетингової діяльності, удосконалення програм лояльності для споживачів, оптимізацію асортиментної політики, розвиток цифрових каналів продажу, удосконалення логістичних процесів та підвищення ефективності використання трудових ресурсів.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства розроблено комплекс практичних пропозицій, основою яких стало збільшення обсягів товарообороту та вдосконалення системи управління продажами. Реалізація запропонованих заходів дозволить забезпечити приріст товарообороту в першому прогностному періоді на 18 % відносно рівня 2024 року, у другому – на 17 %, а у третьому – на 16 % відносно попереднього періоду. Очікується, що впровадження запропонованих заходів позитивно вплине на інтегральний показник конкурентоспроможності та забезпечить його зростання у прогностичних періодах.

Результати прогностичних розрахунків свідчать, що індекс конкурентоспроможності підприємства може зрости до 1,00192 у першому прогностному періоді, до 1,09 – у другому та до 1,06 – у третьому. Це дозволить підприємству перейти до категорії достатнього рівня конкурентоспроможності та забезпечити зміцнення своїх позицій на ринку роздрібною торгівлі.

Таким чином, поставлену мету кваліфікаційної роботи досягнуто, а всі визначені завдання виконано. Проведене дослідження підтвердило доцільність використання комплексного підходу до оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства та довело практичну значущість запропонованих заходів щодо її підвищення. Реалізація розроблених пропозицій сприятиме покращенню результатів діяльності ТОВ «СІЛЬПО», підвищенню ефективності використання ресурсів, зміцненню конкурентних переваг і забезпеченню сталого розвитку підприємства в умовах динамічного конкурентного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дудник О.В., Міненко С. Економічна природа поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність». *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 29. С.112-116. URL: https://bses.in.ua/journals/2018/29_1_2018/25.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.05.2026)
2. Євтушенко Н. О., Варніцький В. В. Конкурентоспроможності підприємства: поняття, підходи та методи оцінки. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. №3 (37). С.12-17. URL: https://journals.duikt.edu.ua/index.php/emb/article/view/2675?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.05.2026)
3. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 1990. 68(2), 73–93. URL: https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.05.2026)
4. Лупак Р. Л. Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Konkurentospromozhnist_p-va_Lupak_Vasilciv.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.05.2026)
5. Porter, M. E. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 2008, 86(1), 78–93.6. URL: https://public.dhe.ibm.com/software/data/sw-library/cognos/pdfs/articles/art_the_five_competitive_forces_that_shape_strategy.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.05.2026)
7. Твардовський Ю., Попко О. Проблеми та перспективи формування конкурентних переваг на основі застосування клієнторієнтованого підходу. *Економіка та суспільство*, (70). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-121>

8. Білик Т. Ю., Максимова І. І. Стійкість, безпека, конкурентоспроможність: концептуальні орієнтири розвитку бізнесу в умовах зеленого – цифрового підходу. *Сталий розвиток економіки*. 2025. №6 (57). С.644-625 . DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-57-89>

9. Когут, М., Лесик, Л., Корчак, О. (2026). Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах посилення міжнародної конкуренції. *Економіка та суспільство*, 2026. (84). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-115>

10. Бочко, О., Кожушко, П. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*, 2024. (61). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>

11. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. Київ : «Хай-Тек Прес», 2008. 336 с. URL: https://library.wunu.edu.ua/files/EVD/book_FIN_ANALIZ.pdf (дата звернення: 29.05.2026)

12. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика. 2-ге вид. [текст]: навч. посіб. / Київ.: Центр учбової літератури, 2017. 456 с. URL: https://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2017/ek_diagn_kryvovayz.pdf (дата звернення: 29.05.2026)

13. Сарай Н.І. Економічна діагностика. Навчальний посібник для студентів спеціальності «Економіка підприємства» усіх форм навчання. Тернопіль: ТНЕУ, 2015. - с.167. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2106_64209877.pdf (дата звернення: 29.05.2026)

14. Мельник С. Комплекс конкурентоспроможності підприємств: базові поняття, складові елементи, аналітичне оцінювання. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2025. 5(64), 473–485. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.5.64.2025.4841>

15. Брітченко І. Г., Ладунка І. С. Актуальні проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського ун-ту. Серія Економіки*. 2015. Вип. 1 (1). С. 116–118.

16. Смолін І. В. Стратегічна конкурентоспроможність підприємства : змістовні імперативи та критерії оцінювання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 36. С. 126–137.

17. Фісуненко П. А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства : сутність та еволюція поняття. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 2 (58). С. 152–161.

18. Гавенко М.С., Зімонін А.О., Ковальчук С.В. Клієнтоорієнтоване маркетингове управління роздрібним торговельним підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 5. т. 2. С. 112-119.

19. Завербний А., Макарова Ю. Проблеми і потенційні можливості реалізування інноваційних стратегій для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. 34. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/984> (дата звернення: 29.05.2026)

20. Рябоконт Н.П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. *Ефективна економіка*. № 11. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4522> (дата звернення: 29.05.2026)

21. Балабанова Л.В., Гуржій Н.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємства: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 184 с.

22. Архієреєв, Сергій І. та Мешкова, Віталіна В. Методологія поетапної оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства. *Business Inform*. 2019. №11 С. 210–221. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-11-210-221>

23. Яцковий Д.В. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2013, Вип. 4 (51), с.183-188

24. Haradhan M. An Analysis on BCG Growth Sharing Matrix. *Noble International Journal of Business and Management Research*, vol. 2, Issue 1. pp. 1. URL : https://www.researchgate.net/publication/322695566_An_Analysis_on_BCG_Growth_Sharing_Matrix (дата звернення: 29.05.2026).

25 Головне управління статистикою у Дніпропетровській області: веб-сайт <http://www.dneprstat.gov.ua/aboutus/> (дата звернення: 29.05.2026)

26. Астаф'єва, К. О., Нікульнікова, Г. В. Омніканальна роздрібна торгівля в системі електронної комерції та зовнішньоекономічних відносин: інформаційно-аналітичне забезпечення управління. *Бізнес-навігатор*. 2026. Вип. 2 (86). С.61-67. URL : https://business-navigator.ks.ua/journals/2026/85_2026/12.pdf (дата звернення: 29.05.2026)

27. Лазебник Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2018. №2. С.69–74.

28. Король С., Польовик Є. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. «Modern Economics». 2019, №18. С. 67–73. URL: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf> (дата звернення: 29.05.2026)

29. Пешко М., Завербний А. Діджиталізація української економіки в умовах євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 2023. 47. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2136> (дата звернення: 29.05.2026)

30. Гофман, М., Пекна, Г., Мороз, Я. Управління конкурентоспроможністю підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2024, (4(76)), С. 44–51. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-76-44-51>

31. Астаф'єва К. О., Богданова М. Р. Проблеми оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства. *Наука, промисловість, суспільство: Міжнародна науково-технічна конференція*. 27-29 травня 2026. м. Кривий Ріг, 2026. С. 349 URL: https://drive.google.com/file/d/16C185v0r76DpFwImmNSeAPmDR2fCmv4S/view?usp=drive_link (дата звернення: 29.05.2026)

32. Темченко Г. В., Бондарчук О. М., Астаф'єва К. О. Маркетингова діяльність як спосіб підвищення конкурентоспроможності малих підприємств.

Електронний науково-практичний журнал Інфраструктура ринку. 2021 №52. С. 115-119 DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct52-20> .

33. Адамовська, В., Астаф'єва, К., Шепелюк, В. Визначення рівня конкурентоспроможності на ринку праці за критерієм матеріального стимулювання. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2022. (1(65), 50–57. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-50-57>

34. Пекна Г.Б. Конкурентоспроможності та виявлення конкурентних переваг підприємства. Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: *тези доповідей IV Міжнародної конференції (7 грудня 2022 р., м. Київ)*. Київ: Університет «КРОК». Отримано 6 грудня 2024 з <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2022/rt/metadata/1205/0> (дата звернення: 29.05.2026)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

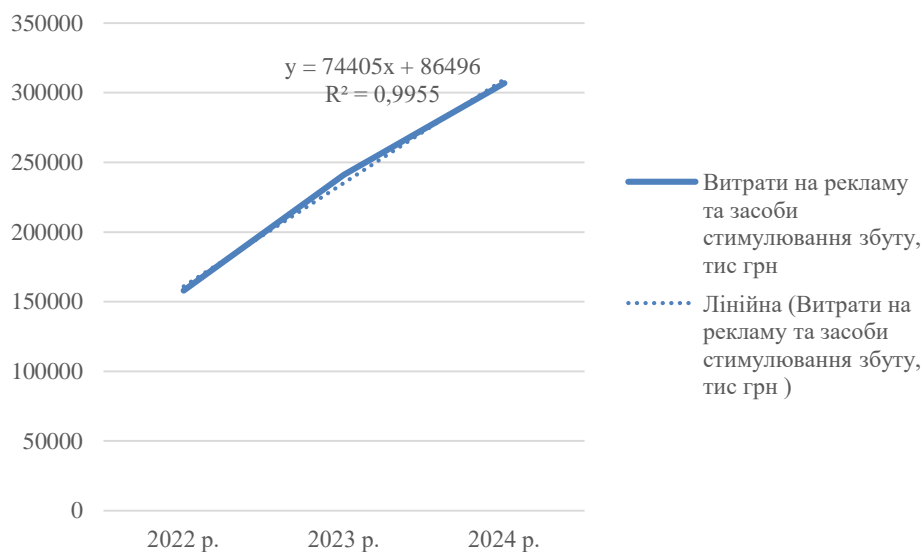


Рисунок 1 . – Рівняння лінії тренду зміни витрат на рекламу та засобів стимулювання збуту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

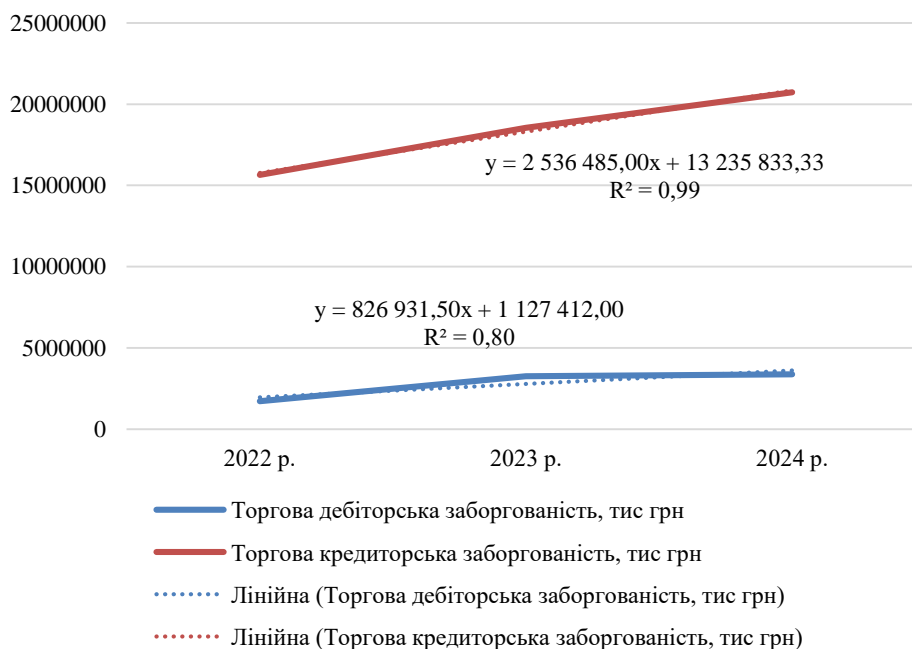
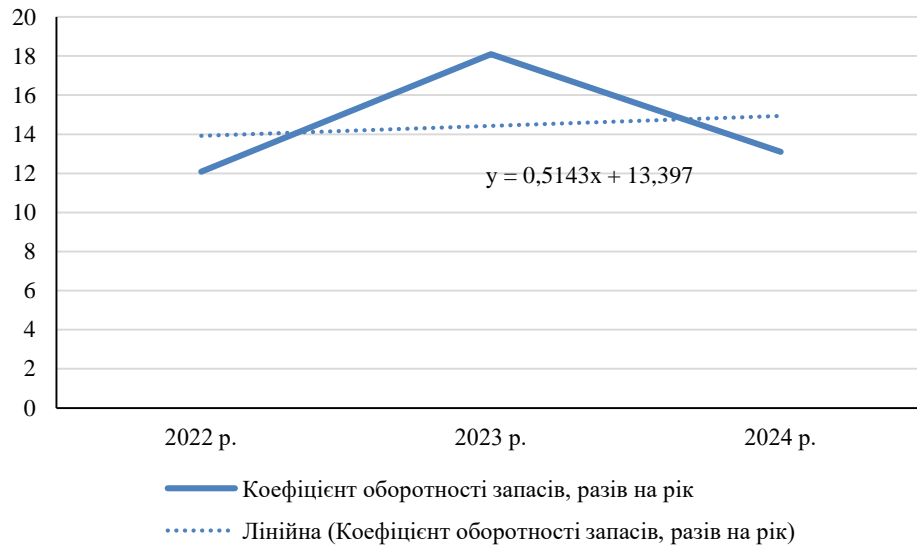


Рисунок 2 . – Рівняння лінії тренду зміни обсягу торговельної кредиторської та дебіторської заборгованості ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

ДОДАТОК Б

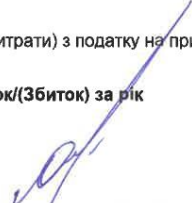


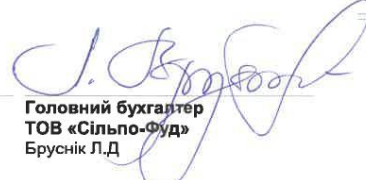
ДОДАТОК В

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Консолідований звіт про прибутки та збитки
за рік, що закінчився 31 грудня 2024 р.

	Примітки	2024 тис.грн.	2023 тис.грн.
Дохід від реалізації	5	93 017 440	84 727 987
Собівартість реалізації	6	(65 098 314)	(60 419 457)
Валовий прибуток		27 919 126	24 308 530
Інші операційні доходи	7	938 164	912 627
Витрати на збут	8	(21 367 259)	(19 669 097)
Адміністративні витрати	9	(4 567 798)	(4 357 328)
Інші операційні витрати	10	(20 137)	(63 920)
Прибуток від операційної діяльності		2 902 096	1 130 812
Інші доходи	11	934 474	572 060
Інші витрати	12	(1 212 007)	(930 622)
Фінансові доходи	13	349 637	384 148
Фінансові витрати	14	(2 792 446)	(2 909 288)
Дохід/(втрати) від інвестицій в асоційовані компанії	15	(28 247)	(97 876)
Прибуток/(Збиток) до оподаткування		153 507	(1 850 766)
Дохід/(витрати) з податку на прибуток	16	-	-
Прибуток/(Збиток) за рік		153 507	(1 850 766)



Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Лесько Ю.А.


Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Бруснік Л.Д.


ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Консолідований звіт про сукупний дохід
за рік, що закінчився 31 грудня 2024 р.

	Примітки	2024 тис.грн.	2023 тис.грн.
Прибуток/(Збиток) за рік		153 507	(1 850 766)
Інший сукупний дохід, за вирахуванням податку			
Статті, які згодом не будуть перекласифіковані до прибутку або збитку:			
Прибуток від переоцінки основних засобів		-	43
Загальний сукупний прибуток / (збиток) за рік		153 507	(1 850 723)
Загальний сукупний прибуток / (збиток) за рік, що відноситься до:			
Учасникам материнського підприємства		153 507	(1 850 723)
Неконтролюючим учасникам		-	-
		153 507	(1 850 723)



Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Лесько Ю.А



Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Бруснік Л.Д

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

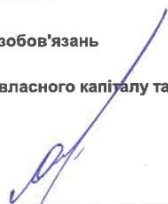
Консолідований звіт про фінансовий стан
Станом на 31 грудня 2024

	Примітки	31 грудня 2024 тис.грн.	31 грудня 2023 тис.грн.
АКТИВИ			
Необоротні активи			
Основні засоби	17	15 136 156	15 765 776
Інвестиційна нерухомість	18	136 511	965 871
Нематеріальні активи	19	3 167 247	2 182 015
Відстрочені податкові активи	16	69	69
Інвестиції в асоційовані компанії	20	1 402 109	938 611
Передплати за основні засоби	21	574 368	374 702
Фінансові інвестиції	25	15 780	14 560
Торгова та інша дебіторська заборгованість	24	44 626	45 173
Всього необоротних активів		20 476 866	20 286 777
Оборотні активи			
Запаси	23	7 343 852	4 819 325
Торгова та інша дебіторська заборгованість	24	4 047 914	6 550 844
Фінансові інвестиції	25	680 947	77 995
Фінансова оренда дебіторської заборгованості - оборотна	22	-	256
Дебіторська заборгованість за розрахунками бюджетом	26	29 009	40 788
Гроші та їх еквіваленти	27	1 450 687	1 419 075
Інші оборотні активи	29	65 130	116 716
Всього оборотних активів		13 617 539	13 024 999
Всього активів		34 094 405	33 311 776


ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Консолідований звіт про фінансовий стан (продовження)
Станом на 31 грудня 2024

	Примітки	31 грудня 2024 тис.грн.	31 грудня 2023 тис.грн.
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ			
Власний капітал			
Статутний капітал	30	16 993 339	15 188 703
Резерв переоцінки		-	43
Нерозподілений прибуток/ (непокритий збиток)		(25 564 358)	(25 717 908)
Всього дефіцит, що належить акціонерам Групи		(8 571 019)	(10 529 162)
Неконтрольовані частки володіння		-	-
Всього власний капітал		(8 571 019)	(10 529 162)
Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Банківські кредити	31	1 357 419	1 673 193
Торгова та інша кредиторська заборгованість	34	250 007	358 577
Непоточні зобов'язання з оренди	32	11 160 737	12 013 927
Інші фінансові зобов'язання	33	226 001	-
Всього непоточні зобов'язання та забезпечення		12 994 164	14 045 697
Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточні забезпечення	37	612 880	485 084
Банківські кредити	31	2 756 924	2 925 022
Поточні зобов'язання з оренди	32	2 180 424	1 971 180
Інші фінансові зобов'язання	33	418 462	1 967 575
Торгова та інша кредиторська заборгованість	34	22 261 615	21 124 205
Кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	35	1 031 564	1 009 141
Зобов'язання за одержаними авансами	36	409 391	269 131
Інші зобов'язання	38	-	43 903
Всього поточні зобов'язання та забезпечення		29 671 260	29 795 241
Всього зобов'язань		42 665 424	43 840 938
Всього власного капіталу та зобов'язань		34 094 405	33 311 776



Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Лесько Ю.А.




Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Бруснік Л.Д.


ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Консолідований звіт про зміни в капіталі
за рік, що закінчився 31 грудня 2024 р.

	Статутний капітал тис.грн.	Нерозподілений прибуток/ (непокритий збиток) тис.грн.	Резерв переоцінки тис.грн.	Всього тис.грн.
На 1 січня 2023	13 047 703	(23 737 638)	-	(10 689 935)
Виправлення помилок	-	(35 684)	-	(35 684)
На 1 січня 2023	13 047 703	(23 773 322)	-	(10 725 619)
Збиток за рік	-	(1 850 766)	-	(1 850 766)
Інший сукупний дохід	-	-	43	43
Загальний сукупний збиток за рік	-	(1 850 766)	43	(1 850 723)
Внески до статутного капіталу	2 141 000	-	-	2 141 000
На 31 грудня 2023	15 188 703	(25 624 088)	43	(10 435 342)
На 1 січня 2024	15 188 703	(25 624 088)	43	(10 435 342)
Виправлення помилок	-	(93 820)	-	(93 820)
На 1 січня 2024	15 188 703	(25 717 908)	43	(10 529 162)
Прибуток за рік	-	153 507	-	153 507
Інший сукупний дохід	-	43	(43)	-
Загальний сукупний дохід за рік	-	153 550	(43)	153 507
Внески до статутного капіталу	1 804 636	-	-	1 804 636
На 31 грудня 2024	16 993 339	(25 564 358)	-	(8 571 019)



Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Лесько Ю.А



Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Бруснік Л.Д

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СІЛЬПО-ФУД»

Консолідований звіт про рух грошових коштів
за рік, що закінчився 31 грудня 2024 р.

	Примітки	2024 тис.грн.	2023 тис.грн.
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)		111 809 398	91 485 173
Повернення податків і зборів		7 964	3 021
Цільового фінансування		103 302	84 302
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках		31 228	24 912
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)		22 595	17 468
Надходження від операційної оренди		593 159	602 461
Надходження від отримання роялті, авторських винагород		115 274	34 395
Інші надходження		13 172 559	552 549
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)		(100 891 695)	(72 925 763)
Праці		(7 390 311)	(5 792 739)
Відрахувань на соціальні заходи		(1 958 879)	(1 525 828)
Зобов'язань з податків і зборів		(5 159 446)	(4 620 782)
Витрачання на оплату цільових внесків		(28 688)	(45 055)
Інші витрачання		(1 575 409)	(1 218 482)
Чистий рух коштів від операційної діяльності		8 851 051	6 675 632
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій		-	8 264
необоротних активів		445 535	42 914
Надходження від отриманих дивідендів		5 080	35 642
Надходження від погашення позик		182 160	539 261
Витрачання на придбання:			
фінансових інвестицій		(1 260 421)	(44 006)
необоротних активів		(4 094 585)	(2 724 407)
Витрачання на надання позик		(176 355)	(532 639)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності		(4 898 586)	(2 674 971)
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу		1 804 636	2 141 000
Отримання позик		2 504 856	645 337
Витрачання на:			
Погашення позик		(2 725 048)	(1 281 564)
Витрачання на сплату відсотків		(2 452 680)	(2 666 299)
Витрачання на сплату заборгованості з оренди		(1 478 645)	(1 517 280)
Інші платежі		(1 515 257)	(1 000 000)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності		(3 862 138)	(3 678 806)
Чистий рух в грошові кошти та їх еквіваленти		90 327	321 855
Грошові кошти та їх еквіваленти на початок року	28	1 360 274	1 038 354
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів		85	65
Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець року	28	1 450 686	1 360 274

Директор
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Лесько Ю.А.

Головний бухгалтер
ТОВ «Сільпо-Фуд»
Бруснік Л.Д.

ДОДАТОК Г

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Міжнародна науково-технічна конференція

Матеріали конференції

**НАУКА, ПРОМИСЛОВІСТЬ,
СУСПІЛЬСТВО**



Кривий Ріг - 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Міжнародна науково-технічна конференція
**НАУКА, ПРОМИСЛОВІСТЬ,
СУСПІЛЬСТВО**

Матеріали конференції

ББК 33:34.3
УДК 622.669
Г - 67

Редакційна колегія:

Ступнік М.І.	д-р техн. наук, проф. (відповідальний редактор);
Бровко Д.В.	д-р техн. наук, проф. (заст. відповідального редактора);
Валовой О.І.	канд. техн. наук, проф.;
Варава Л.М.	д-р економ. наук, проф.;
Жуков С.О.	д-р техн. наук, проф.;
Кіяновський М.В.	д-р техн. наук, проф.;
Купін А.І.	д-р техн. наук, проф.;
Монастирський Ю.А.	д-р техн. наук, проф.;
Олійник Т.А.	д-р техн. наук, проф.;
Попруга Д.В.	канд. техн. наук, доц.;
Рубан С.А.	канд. техн. наук, доц.;
Савельєв С.Г.	д-р техн. наук, проф.;
Сінчук О.М.	д-р техн. наук, проф.;
Федотов В.О.	канд. техн. наук, доц.;
Федько М.Б.	канд. техн. наук, доц.;
Хруцький А.О.	канд. техн. наук, доц.;
Цимбал Т.В.	д-р філос. наук, проф.;
Юсупов В.А.	д-р юрид. наук, проф.

Адреса редакції: 50002,
Кривий Ріг, вул. Пушкіна, 44.
Криворізький національний
університет. Тел. 409 61 38.

Редакційна колегія не несе відповідальності за авторські оцінки, добір та викладення фактів у матеріалах, які надійшли до редакції і наведені у випуску та друкуються в авторській редакції.

З М І С Т

<i>Науковий напрям</i>	РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧЕ НАДРОКОРИСТУВАННЯ, ГІРНИЦТВО, МЕТАЛУРГІЯ, ЗБАГАЧЕННЯ ТА ПРОМИСЛОВА ЕКОЛОГІЯ	3
<i>Науковий напрям</i>	ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ - ПІДГРУНТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИЦТВ	159
<i>Науковий напрям</i>	ЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ БУДІВНИЦТВА - ЗАПОРУКА БЕЗПЕЧНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ КОНСТРУКЦІЙ, БУДІВЕЛЬ ТА СПОРУД	204
<i>Науковий напрям</i>	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ: МЕХАНІЧНА ІНЖЕНЕРІЯ І ТРАНСПОРТ	287
<i>Науковий напрям</i>	ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ СЕКТОРОМ У ПЕРІОД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ, СУСПІЛЬСТВА ТА ДЕРЖАВИ	333
<i>Науковий напрям</i>	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ І АВТОМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ТА СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ	385

УДК 339.137.2:658.012.32

К. О. АСТАФ'ЄВА, канд. екон. наук., доц., М. Р. БОГДАНОВА, студентка
Криворізький національний університет**ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки конкурентоспроможність торговельних підприємств набуває особливого значення, оскільки саме вона визначає їх здатність ефективно функціонувати, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати стабільне зростання. Водночас процес оцінювання конкурентоспроможності є складним, багатограним і супроводжується низкою теоретичних і практичних проблем, що зумовлює необхідність їх системного дослідження.

Першою проблемою оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства є відсутність єдиного загальноприйнятого підходу до визначення сутності цього поняття. У науковій літературі конкурентоспроможність трактується як здатність підприємства формувати та реалізовувати конкурентні переваги, забезпечувати ефективну діяльність та задовольняти потреби споживачів краще за конкурентів. Водночас різні автори акцентують увагу на різних аспектах: одні - на фінансових результатах, інші - на маркетингових можливостях або ресурсному потенціалі. Така різноманітність підходів ускладнює формування єдиної методики оцінювання [2].

Другою важливою проблемою є складність формування системи показників оцінки конкурентоспроможності. Як зазначається у наукових дослідженнях, процес оцінювання передбачає вибір певної сукупності показників, їх розрахунок і подальший аналіз у порівнянні з конкурентами. Однак існує значна варіативність у виборі таких показників, що обумовлює різні результати оцінювання. Зокрема, для торговельних підприємств важливими є показники товарообігу, асортиментної політики, якості обслуговування, фінансових результатів, ефективності використання ресурсів тощо. Відсутність єдиного стандарту щодо їх відбору створює труднощі у проведенні об'єктивного аналізу.

Наступною проблемою є необхідність інтеграції різнорідних показників у єдиний узагальнюючий індекс [1]. У сучасній практиці широко застосовуються інтегральні та індексні методи оцінювання, які дозволяють узагальнити велику кількість показників в одному показнику. Проте визначення вагових коефіцієнтів, нормування показників та вибір способу агрегування є складними методичними завданнями. Неправильний вибір цих параметрів може призвести до викривлення результатів оцінки та неправильних управлінських рішень.

Ще однією суттєвою проблемою є динамічність зовнішнього середовища. Ринкові умови, споживчі переваги, технології та конкурентне середовище постійно змінюються, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства. Як наслідок, оцінка, проведена в певний момент часу, може швидко втратити актуальність. Це вимагає постійного оновлення методик оцінювання та врахування факторів зовнішнього середовища.

Таким чином, оцінювання конкурентоспроможності торговельного підприємства є складним і багатограним процесом, що супроводжується рядом проблем методичного, інформаційного та практичного характеру. Їх вирішення потребує вдосконалення існуючих методик, розробки нових підходів до оцінювання, а також врахування специфіки діяльності торговельних підприємств та умов сучасного ринкового середовища.

Список літератури

1. Гросул В. А., Зубков С. О. Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності бізнес-моделі торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 10. С. 252-258. URL: <http://mas.nbuu.gov.ua/article/UJRN-0000819913> (дата звернення : 30.03.2026).
2. Кваско, А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки*. 2017. № 1(54). С. 111-118. URL: <https://ela.kpi.ua/items/0d5a929e-f59d-48fc-8c6e-18923a92f53f> (дата звернення : 30.03.2026).

Матеріали міжнародної науково-технічної конференції
“Наука, промисловість, суспільство”

Підписано до друку 02.04.2026 за рекомендацією Вченої Ради
Криворізького національного університету, протокол № 10 від 01.04.2026
Формат 60x84/8. Ум. друк. арк. 51,96. Тираж 100 прим.

Технічна обробка, комп'ютерний набір, верстка

Підпригора Н.П.

*Адреса видавництва:
вул. Віталія Матусевича, 11, Кривий Ріг, 50027*

*Криворізький національний університет, 2026.
С. 3-444*