

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра економіки і права

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

Олег ШЕРЕМЕТ
(прізвище та ініціали)

«__» _____ 202_ р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

Юлія ЛЕВЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

«__» _____ 202_ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 051 «Економіка»
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Економіка та правове забезпечення бізнесу»

на тему: Економіко-правове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства

Виконав (ла) здобувач (-ка) 4 курсу групи ПЕ-4-2

Давидчук Марія Станіславівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Керівник Михайлик Ольга Михайлівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Консультант Слободян Володимир Ярославович
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Я як здобувач (-ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав (-ла) і не одержував (-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач (-ка) _____
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра Економіки і права
Освітній ступінь Бакалавр
Спеціальність 051 «Економіка»
(шифр і назва)
Освітньо-професійна програма «Економіка та правове забезпечення бізнесу»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

в. о. завідувача кафедри економіки і права
Юлія ЛЕВЧЕНКО
«19» грудня 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Давидчук Марії Станіславівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Економіко-правове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства

керівник роботи Михайлик Ольга Михайлівна, канд. екон. наук., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «19» грудня 2023 року № 1004-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 05.06.2024 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, монографії, підручники, посібники, наукові статті відповідно до теми, фінансова та статистична звітність за 2021-2022 роки ТОВ «Пирятинський сирзавод», ресурси мережі Інтернет.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Розділ 1. Теоретико-методичні засади формування конкурентоспроможності підприємства. 1.1. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. 1.2. Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. 1.3. Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. 1.4. Економіко-правове забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Розділ 2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод». 2.1. Загальна характеристика функціонування підприємства. 2.2. Аналіз ефективності господарської діяльності підприємства. 2.3. Оцінка фінансового стану та витрат підприємства. 2.4. Діагностика рівня конкурентоспроможності підприємства. 2.5. цінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства. 2.6. Нормативно-правові особливості регулювання економічно-виробничої діяльності підприємства. Розділ 3. Рекомендації з підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод». 3.1. Розроблення конкурентної стратегії підприємства. 3.2. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності. 3.3. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. 3.4. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

5. Перелік графічного матеріалу 9 рисунків, 25 таблиць

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1 параграф 1.4	Слободян В. Я., доцент	10.04.2024	20.04.2024
Розділ 2 параграф 2.6	Слободян В. Я., доцент	3.05.2024	12.05.2024

7. Дата видачі завдання 19 грудня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розроблення та затвердження плану роботи керівником	01.04.2023 р.	виконано
2	Написання розділу 1	29.04.2024 р.	виконано
3	Робота над розділом 2	13.05.2024 р.	виконано
4	Підготовка розділу 3	27.05.2024 р.	виконано
5	Остаточне оформлення роботи. Формування висновків і пропозицій, проекту доповіді, презентації. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	до 05.06.2024 р.	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	29.05.2024 р.	виконано
7	Проходження перевірки на антиплагіат	до 05.06.2024 р.	виконано
8	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри	05.06.2024 р.	виконано
9	Отримання зовнішньої рецензії, оформлення необхідних документів для захисту	07.06.2024 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи	__ .06.2024 р.	виконано

Здобувач _____
(підпис)

Марія ДАВИДЧУК _____
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Ольга МИХАЙЛИК _____
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Давидчук М. С. Економіко-правове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства. Київ. НУХТ. 2024.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Економіка та правове забезпечення бізнесу».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування, оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Об'єктом дослідження є комплекс заходів з забезпечення підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Перший розділ присвячений теоретичним аспектам формування, впливу факторів та методам оцінки конкурентоспроможності підприємства. Другий розділ присвячений комплексній діагностиці конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод». В аналітичному розділі надається загальна характеристика діяльності підприємства, а також проводиться аналіз його ефективності, фінансових результатів, витрат та використання капіталу. Розглядається нормативно-правові особливості регулювання економічно-виробничої діяльності підприємства, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства. В третьому розділі запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод», зокрема розроблено конкурентну стратегію та механізм забезпечення конкурентоспроможності на підприємстві, проведена оцінка економічної ефективності запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економіко-правове забезпечення, стратегія, правове регулювання, ефективність, конкурентні переваги.

ABSTRACT

Davydchuk M.S. Economic and legal support for increasing the competitiveness of the enterprise.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 051 «Economics», educational and professional program «Economics and legal support of business».

The subject of the study is the theoretical and practical aspects of formation, evaluation and improvement of the competitiveness of the enterprise. The object of the study is a set of measures to ensure the improvement of competitiveness of "Piryatin Cheese Factory".

The first chapter is devoted to the theoretical aspects of the formation, influence of factors and methods of assessing the competitiveness of the enterprise. The second section is devoted to a comprehensive diagnosis of the competitiveness of "Piryatin Cheese Factory".

The analytical section provides a general description of the enterprise's activities, as well as an analysis of its efficiency, financial results, costs and use of capital. The regulatory and legal features of the regulation of the economic and production activity of the enterprise, aimed at increasing the competitiveness of the enterprise, are considered. In the third section, ways to increase the competitiveness of "Piryatin Cheese Factory" are proposed, in particular, a competitive strategy and a mechanism for ensuring competitiveness at the enterprise have been developed, an assessment of the economic effectiveness of the proposed measures to increase the enterprise's competitiveness has been carried out.

Keywords: competitiveness, economic and legal support, strategy, legal regulation, efficiency, competitive advantages.

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія	7
1.2. Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства	14
1.3. Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства	18
1.4. Економіко-правове забезпечення конкурентоспроможності підприємства	22
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИРЗАВОД»	28
2.1. Загальна характеристика функціонування підприємства	28
2.2. Аналіз ефективності господарської діяльності підприємства	32
2.3. Оцінка фінансового стану та витрат підприємства	40
2.4. Діагностика рівня конкурентоспроможності підприємства	58
2.5. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства	62
2.6. Нормативно-правові особливості регулювання економічно-виробничої діяльності підприємства	64
Висновки до розділу 2	70
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИРЗАВОД»	72
3.1. Розроблення конкурентної стратегії підприємства	72
3.2. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності	75
3.3. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства	77
3.4. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства	82
Висновки до розділу 3	84
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні, економічна конкуренція є одним із головних чинників розвитку господарської діяльності. Підприємства у всіх секторах економіки змушені підвищувати свою конкурентоспроможність, аби успішно функціонувати та утримувати стабільні позиції на ринку.

У цьому контексті економіко-правове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває великого значення, що вимагає детального вивчення та розробки ефективних стратегій і механізмів.

Проблематика теми «конкурентоспроможність підприємства та шляхи її підвищення» містить декілька ключових аспектів. По-перше, у сучасному бізнес-середовищі конкуренція стає все більшою та загостреною, зокрема через зростання кількості підприємств і виробників. Це ставить перед компаніями завдання забезпечення своєї конкурентоспроможності, необхідності здатності конкурувати на ринку зі збереженням своєї позиції та досягненням успіху. По-друге, зростання глобальних зв'язків призводить до збільшення конкуренції, оскільки підприємства змушені конкурувати не лише з місцевими, але й з міжнародними гравцями. По-третє, швидкі технологічні та соціальні зміни перетворюють бізнес-середовище, вимагаючи від підприємств швидкої адаптації та впровадження інновацій для збереження конкурентних переваг. Додатково, обмеження фінансових ресурсів можуть ускладнювати реалізацію стратегій підвищення конкурентоспроможності, особливо в порівнянні з великими конкурентами з більшими бюджетами. Нарешті, у кожній галузі та регіоні існують власні умови, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, і розв'язання цих проблем може вимагати індивідуального підходу.

Вивченням проблематики економічної сутності конкурентоспроможності підприємства та розробки ефективних методів її покращення займалися такі науковці: Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова, О.Є. Кузьмін, О.Г.Мельник, О.П. Романко, І.О. Журба, Ю.М. Коляденко, В.І. Довбенко, Ю.О. Литвинова, Н.І. Демчук, А.С. Донських, Т.П. Авраменко, І.Б. Берегова, О.В. Вартанова,

О.Г. Дегтяренко, В.В. Іванова, Ю.П. Калюжна, Л.С. Козак, К.В. Кокура, М.В. Мальчик, Н.О. Пархоменко, В.М. Порохня, О.В. Томашевський та інші.

Мета і завдання роботи. Метою роботи є дослідження економіко-правового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Дослідження спрямоване на аналіз невирішених аспектів конкурентоспроможності підприємств та розробки стратегій для її підвищення. Шляхом вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність, та враховуючи сучасні економічні тенденції, виявлено можливості для підвищення ефективності підприємств на ринку та фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Для досягнення вищезазначеної мети було поставлено та вирішено наступні **завдання**:

- дослідити конкурентоспроможність підприємства як економічну категорію;
- визначити фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства та методики оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- проаналізувати економіко-правове забезпечення конкурентоспроможності підприємства;
- провести аналіз ефективності господарської діяльності підприємства;
- провести оцінку фінансового стану підприємства та витрат його операційної діяльності;
- провести діагностику рівня конкурентоспроможності підприємства;
- провести оцінку зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- дослідити нормативно-правові особливості регулювання економічно-виробничої діяльності підприємства;
- розробити ефективну конкурентну стратегію та програму підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- надати пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства;

- провести оцінку впливу запропонованих заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти формування, оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єкт дослідження – комплекс заходів з забезпечення підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Методи дослідження. Теоретичну та методичну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи. Для досягнення поставленої мети були використані: метод теоретичного узагальнення, систематизації, метод фінансово-економічного аналізу, а також прикладні методи: порівняння і групування, екстраполяції та статистичного аналізу.

Власне, методи теоретичного узагальнення та систематизації застосовано для визначення та подачі теоретико-методичних засад формування й використання поняття конкурентоспроможності підприємства, його факторів, методики та правового забезпечення; метод фінансово-економічного аналізу застосовано для аналізу стану й тенденцій розвитку господарської діяльності підприємства ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові теоретичні та практичні роботи українських і іноземних фахівців в сфері економічного та правового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Інформаційною базою для проведення дослідження слугували законодавча база України, постанови Кабінету Міністрів України; дані Державної служби статистики України, фінансова звітність діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод». Також використано наукові праці вітчизняних і іноземних спеціалістів, що стосуються цієї тематики та власні дослідження автора.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть мати практичне значення для ТОВ «Пирятинський сирзавод» та інших підприємств галузі, даючи їм змогу розробити та впровадити ефективні заходи та механізми для підвищення їх конкурентоспроможності.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Текстова частина (без додатків) викладена на 91 сторінках комп'ютерного тексту і містить 9 рисунків та 25 таблиць. Список використаних джерел включає 39 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія

Українська економіка знаходиться на стадії формування конкурентного середовища, що вимагає від компаній застосування новітніх методів і підходів у веденні конкурентної боротьби для досягнення стійких переваг. У таких умовах ключовим фактором у вирішенні конкурентних викликів є використання методів і способів, які сприяють створенню адаптивних механізмів і пристосуванню підприємств до непередбачуваних зовнішніх умов. Компанії, що здатні швидко та ефективно адаптуватися до змін, отримують конкурентну перевагу на ринку.

Тому дослідження новітніх підходів і досягнень є необхідним для українських підприємств, які прагнуть до успіху. Використання сучасних систем управління, орієнтованих на ефективність і гнучкість, допоможе підприємствам зберегти та зміцнити свої позиції на ринку.

Сутність конкуренції у сучасній економіці полягає в постійному змаганні між суб'єктами ринку за ресурси, вплив і підтримку клієнтів. Еволюція конкуренції простежується від ранніх досліджень до сучасних підходів. Вчені минулого вивчали її вплив на економічний розвиток. Сьогоднішні дослідження розкривають нові аспекти конкурентної боротьби. Конкуренція є невід'ємною частиною функціонування ринкових відносин [13].

Важливість конкуренції в економіці не може бути недооціненою. Вона стимулює інновації, покращує якість товарів і послуг. Конкуренція також сприяє зниженню цін і підвищенню ефективності виробництва. Ринкова конкуренція стимулює підприємства до пошуку нових шляхів розвитку. Рушійною силою ринку є взаємодія між конкуруючими суб'єктами. Вона спонукає до пошуку конкурентних переваг і інноваційних рішень.

Елементи механізму конкурентної боротьби включають цінову конкуренцію, маркетингові стратегії, технологічний розвиток та управлінські рішення. Конкуренція позитивно впливає на ринкову динаміку. Її важливість полягає в створенні сприятливих умов для ефективного функціонування ринкової економіки. Еволюція конкуренції відбувається в контексті змінних умов ринкової кон'юнктури. Вона підтримує стійкий розвиток економічного сектора. Вивчення конкуренції дозволяє розуміти принципи функціонування ринкової системи. Конкуренція спонукає до постійного покращення інноваційних процесів. Роль конкуренції у сучасній економіці є незаперечною.

Отже, економічною конкуренцією, відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції», є змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Поняття конкурентоспроможності в сучасній економіці є вирішальним для успіху підприємств у глобальному ринковому середовищі. Уміння ефективно конкурувати із суперниками стає дорогоцінним активом для будь-якої компанії, особливо в умовах швидкої зміни технологій та зростаючої конкуренції.

Відсутність чіткого розуміння та стратегій підвищення конкурентоспроможності може призвести до втрати ринкової позиції та зниження прибутковості підприємства. Тому вивчення цієї проблеми та розробка ефективних заходів для підвищення конкурентоспроможності є актуальною та важливою завданням для сучасних бізнес-лідерів.

О.Є. Кузьмін описує концепцію "конкурентоспроможність" як комплексний набір ресурсів та методів, які впливають на процеси створення та продажу товарів, а також визначають цілі та відповідальність суб'єктів господарювання. Ці фактори досягаються через розгляд і застосування різноманітних управлінських інструментів [20, с. 17].

Натомість Ушакова Н. розглядає конкурентоспроможність підприємства як загальну оцінку його конкурентних переваг у формуванні ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та ефективності функціонування господарської системи, що виявляються як на момент, так і протягом періоду оцінки.

У свою чергу, З.Є. Шершньова та С.В. Оборська розуміють конкурентоспроможність підприємства як його здатність перевершувати інших конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу у певних напрямках. Ця здатність виражається через різні аспекти, такі як технології, ресурси, менеджмент (зокрема, стратегічне поточне планування), навички та знання персоналу і т. д., що впливають на результативність підприємства, такі як якість продукції, рентабельність, продуктивність і т. д. Конкурентоспроможність продукції визначається ступенем відповідності її характеристик вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку на певний момент часу, включаючи технічні, економічні, екологічні та інші аспекти [31, с. 28].

Крім того, Ю. Іванов вказує, що під конкурентоспроможністю розуміється, по-перше, ступінь відповідності конкретного товару вимогам обраного ринку на певний момент часу за технічними, економічними та іншими характеристиками.

По-друге, це включає комплекс факторів, які охоплюють техніко-економічні властивості продукції та умови її реалізації. По-третє, конкурентоспроможність товару визначається комплексом споживчих і вартісних характеристик, що впливають на розподіл попиту між цим товаром та іншими на ринку. Попри різноманіття визначень, загальним є те, що конкурентоспроможність товару проявляється під час його обміну на ринку, тобто під час реалізації продукції. Рівень конкурентоспроможності товару визначається кінцевим споживачем, який придбавши продукцію, оцінює її відповідність своїм потребам.

Поза тим, В.В. Бойко та М.Я. Зарічний визначають, що під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти його ресурсно-функціональну властивість підтримувати динамічні конкурентні позиції на

ринку й задовольняти потреби цільових споживачів в умовах дестабілізуючого впливу факторів, як внутрішнього, так і зовнішнього середовища [8].

На нашу думку, конкурентоспроможність можна визначити як ступінь, до якої підприємство чи його продукт може успішно конкурувати на ринку, здатність привертати клієнтів і зберігати свою позицію в умовах конкурентної боротьби. Властивості конкурентоспроможності включають технічні, економічні, споживчі та вартісні характеристики продукту, а також ефективність управління, доступ до ресурсів та технологій, якість обслуговування, репутацію підприємства тощо.

Здатність підприємства тривалий час витримувати конкуренцію на ринку визначається економічною категорією конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність є багатогранним поняттям, яке в перекладі з латинської означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, і широко застосовується як в теоретичних, так і в практичних аспектах економічних наук [9].

Етапи формування конкурентоспроможності можуть включати аналіз ринку та конкурентів, розробку стратегій маркетингу та позиціонування, покращення якості продукції та обслуговування, впровадження інновацій та технологій, оптимізацію виробничих процесів, розвиток персоналу та багато іншого.

Важливо також враховувати, що конкурентоспроможність - це не статичний показник, а динамічний процес, який вимагає постійного аналізу, оновлення та адаптації до змін у ринкових умовах та вимогах споживачів.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є важливою складовою менеджменту, спрямованою на створення, розвиток і реалізацію конкурентних переваг, а також забезпечення життєздатності підприємства в умовах економічної конкуренції.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на основних принципах науки управління, де ключовими елементами є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, а також процес та функції управління.

Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у забезпеченні його життєздатності та сталого функціонування незалежно від змін у його зовнішньому середовищі, таких як економічні, політичні та соціальні фактори. Управління конкурентоспроможністю підприємства повинно бути спрямоване на:

- 1) нейтралізацію або обмеження негативного впливу на конкурентоспроможність шляхом формування захисту від цих чинників;
- 2) використання позитивних зовнішніх факторів для збільшення та реалізації конкурентних переваг;
- 3) забезпечення гнучкості управлінських рішень, щоб вони були синхронізовані з динамікою негативних і позитивних чинників конкуренції на ринку.

У таблиці 1.1 представлено характеристики, які визначають конкурентоспроможність підприємства та кінцеву мету конкурентної боротьби.

Таблиця 1.1

**Характеристики поняття «конкурентоспроможність підприємства»
та його сутність**

Характеристики конкурентоспроможності підприємства	Кінцева мета конкурентної боротьби
Порівняльний характер	Здатність підприємства у поточному періоді та в довгостроковій перспективі виготовляти та продавати товари й послуги, які мають найкращі цінові та нецінові характеристики для споживачів порівняно з аналогічною продукцією інших підприємств відповідної галузі
Зв'язок із конкурентоспроможністю продукції	
Короткострокові та довгострокові складові	
Залежність від ефективності діяльності суб'єкта господарювання	

Джерело: складено автором на основі джерела [8].

Основні характеристики включають порівняльний характер, зв'язок із конкурентоспроможністю продукції, короткострокові та довгострокові складові, а також залежність від ефективності діяльності суб'єкта господарювання [20, с. 31].

Кінцева мета конкурентної боротьби полягає в тому, щоб підприємство могло виробляти та продавати товари та послуги з найкращими ціновими та неціновими характеристиками, забезпечуючи при цьому кращі умови для споживачів у порівнянні з аналогічною продукцією конкурентів у галузі.

Одним з основних принципів управління конкурентоспроможністю є врахування єдності теорії та практики управління, що передбачає відповідність управлінських рішень логіці та методам управління. Інший важливий принцип - системність управління, який враховує всі взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, зокрема, при постановці цілей. Науково обґрунтований підхід управління передбачає використання економічних законів та наукових методів, що сприяють стабільності функціонування системи. Принцип ранжування об'єктів за їх важливістю вимагає визначення пріоритетів у розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності.

Важливим є також принцип багатоваріантності та порівняння альтернативних варіантів управлінських рішень, які спрямовані на досягнення максимально ефективного варіанту. Збереження та розвиток конкурентних переваг підприємства, ринкова орієнтованість, цільова спрямованість, комплексність, гнучкість та етапність - інші важливі принципи управління конкурентоспроможністю [8].

Вважаємо за доцільне визначити також перелік характеристик, які описують категорію «конкурентоспроможність підприємства». Пропонуємо представити характеристики конкурентоспроможності підприємства на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Характеристики конкурентоспроможності підприємства [10]

Згідно з категоріями «конкурентоспроможність підприємства», представленими на рис. 1.1, можна виділити наступні аспекти:

- **Порівнюваність:** конкурентоспроможність підприємства може бути порівняна з іншими конкурентними підприємствами на ринку з точки зору їх ефективності та результативності.

- **Просторовість:** ця категорія відображає рівень конкурентоспроможності підприємства в різних регіонах, країнах або на світовому ринку.

- **Мінливість:** ця категорія описує здатність підприємства адаптуватися до змін на ринку та змінювати свою стратегію відповідно до змін у зовнішньому середовищі.

- **Атрибутивність:** ця категорія характеризує певні атрибути, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, такі як якість продукції, обслуговування клієнтів, інноваційність тощо.

- **Системність:** ця категорія описує взаємодію різних компонентів підприємства, таких як виробництво, маркетинг, фінанси та інші, та їх вплив на конкурентоспроможність.

• **Предметність:** ця категорія описує конкурентоспроможність підприємства з точки зору його конкретної діяльності, наприклад, виробництва продукції або надання послуг.

Цей перелік властивостей, на нашу думку, не є вичерпним, але він достатньо розкриває теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства [6, с. 129].

При цьому основні функції які покладено на систему управління конкурентоспроможністю підприємства:

- формування системи показників, параметрів та критеріїв управління конкурентоспроможністю;

- оцінка ступені достатності конкурентного потенціалу для утримання конкурентоспроможності на досягнутому рівні;

- оцінка ступені гнучкості конкурентного потенціалу;

- аналіз і оцінювання реалізації заходів щодо підвищення конкурентоспроможності з метою подальшої їх координації та контролю;

- пошук нових перспективних можливостей та аналітичний супровід прийняття стратегічних рішень, щодо їх реалізації.

Отже, на основі проведених досліджень, конкурентоспроможність підприємства визначається здатністю організації стійко зміцнювати свої ринкові позиції в довгостроковій перспективі.

1.2. Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства

У процесі дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідно не тільки розуміти сутність цього терміну, але й ретельно досліджувати фактори, які впливають або можуть вплинути на його конкурентоспроможність.

Для досягнення оптимальних результатів підприємство повинне визначити свої власні конкурентні позиції на ринку. У конкурентній боротьбі ці позиції можуть бути як перевагами, так і недоліками для підприємства.

Фактори конкурентоспроможності підприємства можна розділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів належить політична обстановка в державі, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, система управління промисловістю, концентрація виробництва та законодавча база. Щодо внутрішніх факторів, вони включають систему та методи управління, рівень відповідності технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, систему довгострокового планування, орієнтацію на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва, ступінь задоволення додаткових потреб конкретного споживача та якість розробки нових товарів з точки зору оптимальності показників [19].

Процес оцінки впливу факторів навколишнього середовища на конкурентоспроможність компанії здійснюється загальновизнаним способом. Після визначення місії та цілей компанії проводиться діагностика: оцінка змін, що впливають на різні аспекти діяльності компанії; виявлення факторів, що загрожують конкурентоспроможному потенціалу фірми; аналіз діяльності конкурентів; ідентифікація факторів, які мають найбільший потенціал для досягнення стратегічних цілей компанії.

Аналізуючи фактори, що мають вплив на зовнішнє середовище та конкурентоспроможність компанії, можна передбачити можливості, розробити план дій у випадку непередбачуваних обставин і впровадити заходи, які перетворять загрози в перспективні можливості та стануть зонами росту.

Таблиця 1.2

Основні способи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства	Характеристика
Ретельне вивчення потреб споживачів та аналіз конкурентів	Передбачає проведення досліджень, опитувань та аналізу ринку для з'ясування потреб цільової аудиторії та вивчення стратегій конкурентів.

Продовження таблиці 1.2

Заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства	Характеристика
Розробка обґрунтованої рекламної стратегії та впровадження нових продуктів на ринок	Полягає в створенні ефективної стратегії реклами, яка максимально приверне увагу цільової аудиторії, та впровадженні на ринок нових товарів або послуг.
Покращення якості продукції та її характеристик	Включає удосконалення технологій виробництва, впровадження нових матеріалів та процесів, а також вдосконалення контролю якості продукції.
Модернізація технічного обладнання та виробничих процесів	Передбачає оновлення технічного устаткування, впровадження новітніх технологій та методів виробництва для підвищення продуктивності та якості.
Систематичне зниження витрат на виробництво та управління	Включає раціоналізацію виробничих процесів, оптимізацію витрат на ресурси та впровадження ефективних методів управління.
Покращення обслуговування споживачів під час покупки та післяпродажного сервісу	Вимагає створення зручних умов для покупців, забезпечення швидкого та якісного обслуговування, а також оперативного розв'язання будь-яких проблем, що можуть виникнути після покупки.

Джерело: складено автором

Ця таблиця демонструє основні заходи та способи, які можуть бути застосовані для підвищення конкурентоспроможності підприємства, разом з їх детальними характеристиками.

Якщо звернутись до праць іноземних вчених, то японський вчений Т. Коно виділяє п'ять рівнів факторів конкурентоспроможності підприємства (рис. 1.2).

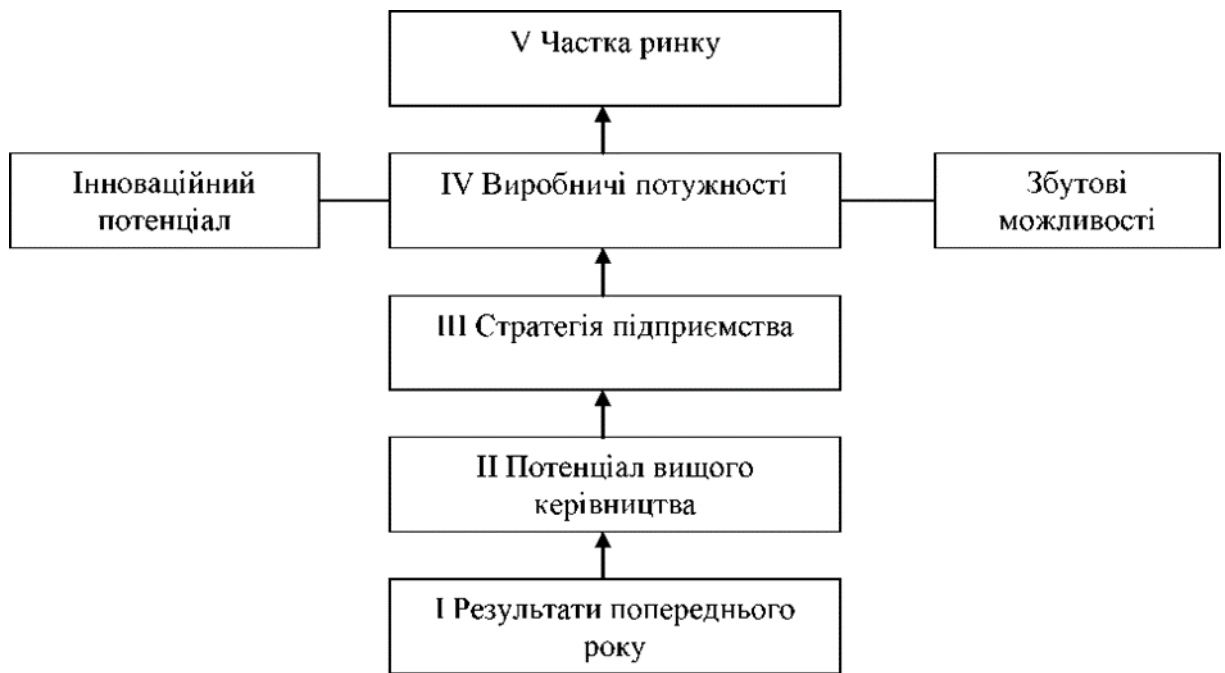


Рис. 1.2. Фактори конкурентоспроможності промислових підприємств [24]

Перший рівень охоплює результати діяльності підприємства в порівнянні з попереднім роком. Особливо важливим тут є отримання прибутку, оскільки більший прибуток означає вищу конкурентоспроможність.

Другий рівень факторів конкурентоспроможності включає потенціал вищого керівництва, яке забезпечує ефективну та злагоджену роботу компанії.

Третій рівень ієрархії визначається вибором стратегії конкурентної боротьби, яка націлена на покращення або збереження позицій підприємства на ринку.

Четвертий рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від здатності розвивати інноваційний та організаційний потенціал. Основною метою та кінцевим результатом управління є ринкова частка, яку займає підприємство.

Загалом, змагальний елемент є стимулюючим і суворим, змушуючи виробників постійно чинити опір під загрозою витіснення з ринку системи якості та загальна конкурентоспроможність продукції та ринків об'єктивним чином [10].

Постійне та точне управління конкурентоспроможністю наділене серйозним інформаційним забезпеченням. Компаніям, пов'язаним з цим, існує

потреба у створенні інформаційних систем для дослідження, оцінки та прогнозу внутрішньої та зовнішньої конкурентоспроможності. Крім того, слід активно прагнути брати участь у різноманітних конкурсах, тобто створювати певний імідж компанії.

Сприятливий імідж організації та її продукції призводить до зниження чутливості до ціни й дозволяє підвищувати її без втрати продажів продукції, а також захищає від атак конкурентів. Позитивний ефект рекламного впливу дозволяє потенційним споживачам краще зрозуміти діяльність фірми та ціни на пропоновані товари [11].

1.3. Методики оцінки конкурентоспроможності підприємства

У ході конкурентної боротьби оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є складним завданням, спрямованим на виявлення сильних і слабких сторін їх діяльності та розробку відповідних стратегій збереження та посилення конкурентних переваг.

Існують різні методи оцінки корпоративної конкурентоспроможності, починаючи від простих методів, що базуються на обмеженій інформації та недостатніх фінансових ресурсах, до складних методів, які вимагають значних витрат і високої кваліфікації дослідників, які займаються дослідженнями конкурентоспроможності.

До основних методів оцінки конкурентоспроможності віднесено: кількісні, якісні, матричні, графічні, індексні, інтегральні, багатокomпонентні, стратегічні, поточні, методи порівняння.

Кваско А.В. [14-15] зазначає, що в процесі оцінки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, можна вирішити низку завдань, серед яких: визначення рівня конкурентоспроможності у певний момент часу, простеження тенденцій змін конкурентоспроможності за досліджуваний період, виявлення «вузьких» місць та резервів підвищення

конкурентоспроможності підприємства. Узагальнюючи результати наукових праць щодо цього питання ми пропонуємо систематизувати методики діагностики й оцінювання конкурентоспроможності підприємства наступною таблицею:

Таблиця 1.3

**Характеристика методики діагностики й оцінювання
конкурентоспроможності підприємства**

Методики діагностики	Перелік можливих варіантів оцінювання
1	2
За способом оцінювання	- кількісні (диференційований метод, інтегральний метод, метод різниць, метод балів); - якісні (SWOT-аналіз, метод експертних оцінок, евристичні методи)
За формою представлення результатів	- матричні (Матриця БКГ, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, метод PIMS, матриця Ансоффа) - індексні/аналітичні (Інтегральні методи, метод конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції) - графічні (радіальна діаграма, багатокутник конкурентоспроможності, метод профілів)
За показниками та змінними, що використовують під час аналізу	- методи, що характеризують ринкові позиції (модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Портера); - методи, що характеризують рівень менеджменту (метод LOTS, метод експертної оцінки, ситуаційний аналіз, карти стратегічних груп, бенчмаркінг); - методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність (методи фінансово-економічного аналізу, методи прогнозування фінансового стану);
За ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства	- спеціальні (конкурентоспроможність продукції, матричні методи); - комплексні (індексні, інтегральні методи, метод балів)
За рівнем ухвалення рішення	- стратегічні (модель БКГ, метод Мак Кінсі, модель Shell/DPM тощо); - тактичні (інтегральні методи, аналіз конкурентних переваг, теорія ефективної конкуренції, конкурентоспроможність продукції, самооцінка).

Джерело: складено автором на основі [14-15].

Зазвичай індексні методи використовуються за певною послідовністю етапів. В якості бази для порівняння можуть виступати галузеві показники, дані підприємства-лідера ринку або ретроспективні показники оцінюваного підприємства [18, 10].

До матричних методів належать: матриця "Бостонської консалтингової групи", матриця Ансоффа, матриця McKinsey, матриця Shell, матриця Портера, матриця Томсона-Стрікланда, а також матриця Хофера-Шендлера.

Матричні методи засновані на використанні матриць-таблиць, які дозволяють аналізувати окремі аспекти діяльності підприємства, оцінювати середовище його функціонування, ринкову позицію та визначати основні напрями подальшого розвитку. Ці методи оцінки конкурентоспроможності мають як переваги, так і недоліки

Індексні методи є найбільш комплексними при оцінці конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів. Вони включають вибір декількох підприємств-аналогів для створення бази порівняння. Під час оцінки визначаються найважливіші показники, що впливають на рівень конкурентоспроможності, а також коефіцієнти впливу для кожного показника. Оцінка підприємства здійснюється за кожним показником, після чого розраховується індекс конкурентоспроможності підприємства.

Серед індексних методів виділяються:

- метод, що визначає конкурентоспроможність продукції;
- метод, заснований на теорії ефективної конкуренції;
- метод, що базується на визначенні сили реактивної позиції;
- метод, що ґрунтується на теорії рівноваги фірми та галузі;
- метод інтегральної оцінки;
- метод бенчмаркінгу.

Особливу групу методів оцінки конкурентоспроможності підприємства складають графічні методи. Серед них варто відзначити побудову багатокутника конкурентоспроможності, метод «радарів» та метод «профілів».

Метод «радарів» ґрунтується на створенні багатокутника на осях, що відповідають показникам конкурентоспроможності продукції. Цей метод передбачає поділ кола на рівні сектори, кількість яких дорівнює кількості показників конкурентоспроможності. Збільшення значення показника відображається віддаленням від центра кола. Для порівняння продукції конкурентів, радарні діаграми будуються на одному колі.

Метод «профілів» є популярним способом оцінки конкурентоспроможності підприємства, дозволяючи оцінити рівень конкурентоспроможності продукції за певною групою факторів. Для створення профілю обираються найбільш значущі техніко-економічні показники з точки зору споживачів продукції. Графічна побудова відбувається у прямокутному оцінювальному полі, яке ділиться на рівні частини, кожна з яких характеризує певний показник. Ширина оцінювального поля є довільною, а праворуч знаходиться шкала зі значеннями показника. У результаті заповнення заштриховується область оцінювального поля. Чим більша площа заштрихованої області, тим вищий рівень конкурентоспроможності [20, с. 10].

Перевагою графічних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств є їх відносна простота та наочність. Однак, ці методи мають і недоліки: вони не дозволяють встановити загальне значення показника конкурентоспроможності підприємства та не можуть прогнозувати майбутні зміни конкурентоспроможності.

Більш комплексними при оцінці конкурентоспроможності підприємств є індексні методи. Вони орієнтовані на аналіз усього спектру найважливіших параметрів функціонування підприємства і є найбільш ґрунтовними серед існуючих методів. Перевага індексних методів полягає в отриманні найбільш достовірної та точної інформації про конкурентоспроможність підприємства, його переваги та «вузькі місця» [13].

1.4. Економіко-правове забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Державне регулювання економічної конкуренції забезпечується за допомогою системи заходів, які застосовуються уповноваженими органами державної влади. Ці заходи спрямовані на запобігання нечесній конкуренції та монополістичному зловживанню, а також на їх усунення та застосування юридичної відповідальності до правопорушників. Ці правила встановлюються державою.

У своїй діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» керується правовими нормами Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про ринки капіталів та організовані товарні ринки», Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» та інших законів і підзаконних актів України, а також статутом, колективним договором, внутрішніми документами та рішеннями Загальних зборів акціонерів [3].

Система відповідних заходів здійснюється на підставі нормативного регулювання (табл. 1.4), яке в Україні забезпечується Верховною Радою через закони та акти вищої юридичної сили (Конституція, Господарський кодекс), а також Кабінетом Міністрів та Офісом Президента через прийняття підзаконних актів.

Таблиця 1.4

Нормативно-правові акти регулювання конкуренції в економіці України

Найменування нормативно-правових документів	Характеристика
1	2
Конституція України	Ч. 4 ст. 13 передбачає забезпечення державної соціальної спрямованості економіки України, а п. 8 ст. 92 встановлює, що правила конкуренції та антимонопольного регулювання встановлюються законами України.

Продовження таблиці 1.4

1	2
Господарський кодекс України	Глава 2 (стаття 18 «Обмеження монополізму та сприяння змагальності у сфері господарювання»), глава 3 «Обмеження монополізму та захист суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції» (статті 25-41), глава 28 «Відповідальність суб'єктів господарювання за порушення» антимонопольно-конкурентного законодавства» (статті 251–257).
Податковий кодекс України	Регулює відносини, які починають, скільки грошей платники платять у бюджет через податки та збори. Це проводиться організація державного регулювання конкуренції у сфері фінансів і економіки.
Закон України «Про захист економічної конкуренції» (від 11 січня 2001 р.)	Встановлює основні принципи регулювання економічної конкуренції, щоб захистити ринок від монополістичних зловживань і недобросовісної конкуренції; відповідальність за певні порушення та способи запобігання монополізації на товарному ринку.
Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (від 07.06.1996 р.)	Встановлює відповідальність за недобросовісну конкуренцію
Закон України «Про Антимонопольний комітет» (від 26 листопада 1993 р.)	Визначає правовий статус антимонопольних органів під керівництвом Антимонопольного комітету України, а також його структуру, основні обов'язки та компетенцію.
Закон України «Про природні монополії» (від 20.04.2000 р.)	Встановлює правові, фінансові та організаційні основи державного регулювання діяльності природних монополій в Україні.
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (від 16.04.1991 р.)	Захищаючи інтереси вітчизняних виробників, дозволяючи дискримінувати іноземні компанії на ринку України, уряд і інші країни діють так само щодо українських виробників.

Джерело: складено автором на основі [1-3,34-38].

Ринок виробництва та реалізації твердого сиру є надзвичайно конкурентоспроможним через широкий асортимент продукції різних виробників України. ТОВ «Пирятинський сирзавод» має переваги на відповідному ринку внаслідок власних досягнень у виготовленні високоякісної продукції та багаторічному досвіду [9].

Відповідно до редакції статуту ТОВ «Пирятинський сирзавод», яка затверджена Загальними зборами Учасників Товариства, основною метою діяльності Товариства є здійснення господарської діяльності з отримання прибутку та реалізації діяльності відповідно до економічних і соціальних інтересів Учасників Товариства, забезпечення споживчого ринку високоякісними товарами та послугами, а також отримання прибутку.

Товариство створене з фінансовим, виробничим, науковим, інноваційним, посередницьким, консультативним, інженерним, транспортним, рекламним та іншими господарськими організаціями, які не заборонені чинним законодавством України.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» є суб'єктом господарювання відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

Державний стандарт ДСТУ 6003:2008 «Сири тверді» регулює виробництво твердого сиру в Україні. Відповідно до ДСТУ 6003:2008 «Сири тверді» (6 найменувань) та ГОСТ 11041-88 «Сири тверді» (4 найменування), підприємство виробляє такий перелік сирів твердих.

Також підприємство керується законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [39].

Технічний регламент щодо маркування харчових продуктів, затверджений Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010, а також ДСТУ 4518-2008 «Продукти харчування». Маркування для клієнтів Загальні правила (згодом підтвержені ДСТУ 4518-2008) [25, с. 17].

Стаття 6 Регламенту маркування, оформлення та рекламування харчових продуктів забороняє використовувати інформацію, яка вводить в оману споживачів або містить інформацію про харчовий продукт, якої немає.

Відповідно до пункту 7 Регламенту назв харчових продуктів повинні бути зрозумілими для споживача, надаючи чітку та точну характеристику продукту, а також інформацію про його природу та походження. Це також дозволяє відрізнити один харчовий продукт від інших схожих продуктів.

Зазначимо, що спеціальний Закон «Про захист економічної конкуренції» містить більш обґрунтовані положення щодо регулювання антимонопольного законодавства, ніж Господарський кодекс. Відповідно до статті 13 Цивільного кодексу України межі здійснення цивільних прав включають і обов'язкове дотримання вимог антимонопольного законодавства [1].

Зауважимо, що для виконання регулятивних функцій Антимонопольним комітетом України прийнята низка нормативно-правових актів:

«Про затвердження Тимчасових правил розгляду справ про порушення антимонопольного законодавства України» (розпорядження АМК України від 19.04.1994 р. № 5-р, з наступними змінами);

«Про затвердження Положення про порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про попереднє отримання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання (Положення про концентрацію)» (розпорядження АМК України від 19.02.2002 р. № 33-р);

«Про затвердження Положення про порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про попереднє отримання дозволу на узгоджені дії суб'єктів господарювання (Положення про узгоджені дії)» (розпорядження АМК України від 19.02.2002 р. № 26-р);

«Про затвердження Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання» (розпорядження АМК України від 19.02.2002 р. № 27-р);

«Про Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України» (розпорядження АМК України від 19.02.2002 р. № 23-р);

«Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку» (розпорядження АМК України від 05.03.2002 р. №49-р).

Іншими нормативно-правовими документами, які передбачають регулювання конкуренцію у сфері вітчизняного законодавства, є такі Закони: «Про ціни та ціноутворення» (від 3 грудня 1990 р. № 507);

«Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» (від 22 грудня 1998 р. № 330);

«Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» (від 22 грудня 1998 р. № 331);

«Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» (від 22 грудня 1998 р. № 332).

Продукти харчування, що виробляються, реалізуються, імпортуються та експортуються в сучасних ринкових умовах господарювання, мають високу якість і безпеку. Для забезпечення безпеки та якості молока та молочних продуктів під час їх виробництва, транспортування, зберігання та реалізації, а також ввезення та вивезення митної території створені організаційно-правові основи, спрямовані на збереження довкілля та здоров'я населення.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Проведене дослідження теоретико-методичних засад формування конкурентоспроможності підприємства дозволило зробити такі висновки:

Конкурентоспроможність підприємства є ключовою економічною категорією, що відображає здатність підприємства ефективно функціонувати та досягати успіху на ринку в умовах конкуренції. Вона визначається як здатність підприємства створювати, виробляти та реалізовувати продукцію, яка задовольняє потреби споживачів краще, ніж продукція конкурентів. Висока конкурентоспроможність забезпечує підприємству стабільний розвиток, зростання ринкової частки та підвищення прибутковості.

Сприятливий імідж організації та її продукції призводить до зниження чутливості до ціни й дозволяє підвищувати її без втрати продажів продукції, а також захищає від атак конкурентів. Позитивний ефект рекламного впливу дозволяє потенційним споживачам краще зрозуміти діяльність фірми та ціни на пропоновані товари.

У ході конкурентної боротьби оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є складним завданням, спрямованим на виявлення сильних і слабких сторін їх діяльності та розробку відповідних стратегій збереження та посилення конкурентних переваг.

Існують різні методи оцінки корпоративної конкурентоспроможності, починаючи від простих методів, що базуються на обмеженій інформації та недостатніх фінансових ресурсах, до складних методів, які вимагають значних витрат і високої кваліфікації дослідників, які займаються дослідженнями конкурентоспроможності.

У своїй діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» виконує вимоги Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про ринки капіталів та організовані товарні ринки», Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» та інших законів і підзаконних актів України, а також статутом, колективним договором, внутрішніми документами та рішеннями Загальних зборів акціонерів.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИРЗАВОД»

2.1. Загальна характеристика функціонування підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «Пирятинський сирзавод» - юридична особа (ідентифікаційний код 00446865), зареєстрована за адресою: 37000, Полтавська область, Пирятинський район, м. Пирятин, вул. Сумська, буд. 1. Установчим документом є Статут. Дата державної реєстрації: 26.10.2004 року. Річну інформацію про діяльність підприємства розміщено на власному вебсайті компанії: <http://milkalliance.com.ua/company/inform/piryatinskij-sirzavod>.

Сучасна компанія виникла з сирзаводу в Пирятині, заснованого в 1920 році. У 1952-1954 роках виробництво продукції збільшилося до 32 тонн на день. Підприємство було докорінно перебудовано з 1969 на 1973 рік, що дозволило йому вже в перші роки після встановлення лідерських позицій у галузі. Підприємство могло переробити 80 тонн молока на день. Унікальна якість продукції підприємства дозволила їй продавати не тільки на внутрішньому ринку, але й на Кубі, зрозуміло, через певні технології [11].

Надалі керівництво підприємства прагнуло розширити обсяги та види діяльності. У 1978 році був введений в дію цех з виготовлення замітника незбираного молока, а в 1980 році - новий компресорний цех.

Технічні цехи були реконструйовані в 1982 році. За рішенням установчих зборів засновників 02.10.2004 року було створено ЗАТ «Пирятинський сирзавод» шляхом реорганізації та перетворення колективного підприємства.

У 2005-2006 роках ЗАТ «Пирятинський сирзавод» приєдналося до холдингової компанії «Молочний альянс», яка має централізовану структуру для управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами. До складу компанії входять підприємства з виробництва сирів, цільномолочних і кисломолочних продуктів, підприємства зі збору та переробки

молока та молочної продукції, а також підприємства, які надають свою продукцію як в Україні, так і за кордоном. На рисунку 2.1 показана структура холдингової компанії «Молочний альянс».



Рис. 2.1. Структура холдингової компанії АТ «Молочний альянс»

Джерело: [15, с. 22]

Компанія активно використовує сучасні стандарти якості у своїй діяльності, щоб відповідати сучасним вимогам щодо якості харчових продуктів і мати можливість продавати свою продукцію не тільки на внутрішньому ринку, але й поставити її на ринки розвинених країн. Ресертифікація підприємства за міжнародними стандартами ISO 9001:2008 (система менеджменту якості) та ISO 22000:2005 (система менеджменту безпеки харчових технологій) відбулася у 2012 році. Міжнародний сертифікат Халяль, який дозволяє експортувати продукти харчування в країни арабо-мусульманського світу, підтверджує високу якість продукції.

Наприклад, із зареєстрованих 1 390 292 юридичних осіб у 2020 році 704 389 підприємств малих форм ТОВ, за даними Державної служби статистики.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» отримало всі права та обов'язки ПрАТ «Пирятинський сирзавод».

У зв'язку з припиненням ПрАТ «Пирятинський сирзавод» і перетворенням його на ТОВ акціонери не має права на викуп акцій. За результатами рішення, прийнятого всіма акціонерами, акції ПрАТ «Пирятинський сирзавод» були перетворені на частки у статутному капіталі ТОВ на загальну суму 13 350 390,63 грн та були розподілені серед його учасників [23].

Приватне акціонерне товариство «Молочний альянс» має найбільше збільшення статутного капіталу, 99,925097 %, станом на кінець 2021 року.

Таким чином, Товариство створено та діє відповідно до Конституції України, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, Закону України «Про господарські товариства» та інших законів України, а також положення Статуту, а також внутрішніх правил, процедур, регламентів та інших місцевих правових актів. Товариства, прийнятих відповідно до Статуту.

Основною метою створення Товариства є здійснення підприємницької діяльності з отримання прибутку від виробництва та реалізації товарів (продукції), виконання робіт, надання послуг і досягнення позитивного соціального та економічного ефекту шляхом повного насичення споживчого ринку товарів народного споживання, задоволення потреб суспільства в товарах і послугах, а також реалізація соціально-економічних інтересів учасників Товариства.

За класифікатором видів економічної діяльності (КВЕД), основними видами діяльності є:

15.51.0 - Переробка молока та виробництво сиру;

52.11.0 - Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту;

51.90.0 - Інші види оптової торгівлі;

55.51.0 - Організація харчування;

60.24.0 - Діяльність вантажних автомобілів.

У 2021 році ТОВ «Пирятинський сирзавод» отримало значний дохід від реалізації таких товарів і послуг, як сир, сир плавлений, тверді та плавлені сирні продукти, суші молочні продукти та оптова торгівля.

Зменшення асортименту твердих і плавлених сирів пов'язане зі зниженням купівельної ефективності населення. Це пов'язано з тим, що виробники можуть утримати ціну, знижуючи собівартість продукції. Пальмова олія – це замітник молочного жиру, після чого вона дешевша за інші рослинні олії. Крім того, вона має високий вміст насичених жирних кислот і демонструє ліноленові кислоти, що знижує швидкість окисних реакцій і додає термін придатності готової продукції. Дозволено частково замінювати молочну сировину немолочною під час виробництва сирого продукту .

Відповідно до нормативним документом СОУ 10.8-37-929:2012 «Продукти молочні сирні» виробляють сирні продукти. Загальні технічні характеристики. Виробник може використовувати технічні умови, які висувають вимоги до якості продукції не нижчі, ніж державний стандарт під час виготовлення сирого продукту. Так, для виготовлення сирного продукту можуть використовуватися ТУ У 10.8-37761522-006:2018 [26, с. 3].

Динаміка частки сірих товарів у загальній структурі реалізації на внутрішньому та зовнішньому ринках показує про те, що ця продукція має більший попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Виробники молока постійно збільшують кількість молока та інших молочних продуктів. Більшість молочних компаній продовжують скорочувати витрати та покращувати якість своєї продукції. Пирятин має чудове географічне розташування на магістралі Київ-Харків, що дозволяє йому знайти нові ринки збуту готової продукції, які можуть отримати мільйонники.

Якість і кількість молочної сировини залишаються головними проблемами наразі. Це пов'язано з тим, що сировина готова використовуватися в приватних господарствах населення, а не постачається крупноварними виробниками, які мають можливість отримати європейську якість сировини.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» продовжує працювати під час включення Російської Федерації на територію України, виплачуючи своїм працівникам заробітну плату та виконуючи свої обов'язки зі сплати податків та інших обов'язків.

2.2. Аналіз ефективності господарської діяльності підприємства

Аналіз господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» є важливим інструментом для оцінки ефективності фінансово-економічного стану та конкурентоспроможності. Цей аналіз дозволяє розглянути ключові показники його діяльності, включаючи фінансові результати, рентабельність, ліквідність, забезпеченість активами та інші важливі аспекти.

Проведемо аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод». Основним джерелом аналізу є фінансова звітність, яка містить про майновий та фінансовий стан підприємства на певну дату, а також дані про джерела формування господарських активів. Для аналізу підприємства застосовуються горизонтальні (визначають абсолютні та відносні зміни різних станів балансу) і вертикальні (визначають питому вагу та зміни всіх станів). Кожне підприємство повинно мати у розпорядженні власне майно, капітал і трудові ресурси, щоб воно могло працювати [19, с. 107].

Аналіз майна підприємства базується на агрегованому балансі та структурі та динаміці оборотних активів підприємства. Аналіз майна підприємства включає вивчення джерел формування майна, зміни складових майна та джерел формування.

Буде проведено аналіз поточного стану економічного розвитку ТОВ «Пирятинський сирзавод» за три останні звітні періоди. Для проведення порівняльного аналізу основних економічних показників ми вибрали 2020 рік, який ми використовуємо для визначення відхилень у ключових показниках діяльності компанії.

Таблиця 2.1 містить техніко-економічний аналіз діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за період з 2020 по 2022 рік.

Таблиця 2.1

**Основні техніко-економічні показники господарської діяльності
ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2020-2022 роках**

Показники	Роки			Відхилення	
	2020	2021	2022	2022/2020	
				+/-	%
1. Чистий дохід, тис. грн.	1 371 020	1 404 740	1 753 605	382 585	27,91
2. Валовий прибуток, тис. грн.	129 005	64 334	227 136	98 131	76,07
3. Операційний прибуток, тис. грн.	64 229	-13 414	160 257	96 028	1194,6
4. Чистий прибуток, тис. грн.	37 602	-42 257	113 548	75 946	268,7
5. Середньооблікова чисельність працівників, осіб.	612	610	588	-24	-3,92
б. Середньорічна вартість:					
- необоротних активів, тис. грн.	104952	103243	105585	633	0,60
- в т.ч. основних засобів, тис. грн.	99764	97803,5	92147,5	-7 617	-7,63
- оборотних активів, тис. грн.	386107	407681,5	566222,5	180 116	46,65
7. Віддача основних засобів, грн/грн	13,74	14,36	19,03	5,29	38,48
8. Місткість основних засобів, грн/грн	0,07	0,07	0,05	-0,02	-27,79
9. Фондоозброєність, тис. грн/особу.	163,01	160,33	156,71	-6,30	-3,86
10. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	3,55	3,45	3,10	-0,45	-12,78
11. Продуктивність праці, тис. грн/особу.	2240,23	2302,85	2982,32	742,09	33,13
12. Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.	9813,73	10673,36	12212,30	2398,58	24,44
13. Рентабельність господарської діяльності, %	2,74	-3,01	6,48	3,73	136,09

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

За результатами проведених розрахунків можна зробити наступні висновки: протягом аналізованого періоду чистий дохід від реалізації продукції зріс на 382585 тис. грн або 27,91% у відносному значенні. За 2022 рік експорт склав 543181,1 тис. грн, що становить 30,9 % загального обсягу продажів.

Основні ринки збуту у 2022 році включають національні мережі в Україні, а також експорт до Республіки Казахстан і Республіки Молдова.

У 2022 році основними джерелами виробництва сировини буде сільське господарство. Промислові виробники купують 71,4% сировини. Зазначається, що у 2022 році ціна сировини цих постачальників зросла на 4,8% у порівнянні з роком 2021 року. Це вплинуло на зростання вартості реалізованої продукції. У 2022 році вона становила 1525459 тис. грн, що на 22,9 % більше, ніж у 2020 році.

Однак у 2022 році ТОВ «Пирятинський сирзавод» отримало значне зростання валового прибутку на 76,07% порівняно з 2020 роком, останній чистий дохід зростав швидкими темпами [23].

У результатах операційної діяльності відбуваються зміни прибутку відповідно, ТОВ «Пирятинський сирзавод» очікує збільшення прибутку від операційної діяльності на 96028 тис. грн, або в 1,5 рази, відповідно до 2020 року. Через відео обмеження ТОВ «Пирятинський сирзавод» отримало 13414 тис. грн операційного збитку у 2021 році. Покращення операційної діяльності вказують на те, що виробництво в досліджуваному товаристві працює краще. У 2022 році найвищий рівень чистого доходу становив 113548 тис. грн, що на 7594 тис. грн більше, ніж у 2020 році. Однак у 2021 році зміна показника чистого прибутку на 42257 тис. грн очікувано пов'язана з військовими діями на території України, проте у 2022 році показники фінансового стану значно покращились.

За всі роки середньооблікова чисельність працівників скорочувалася. У 2020 році вона склала 612 працівників, що на 24 більше, ніж у 2022 році. У 2022 році було скорочено 22 людини. Таким чином, з 2020 року компанія зменшує кількість працівників. Що свідчить про ефективність використання ресурсів і витрат на ТОВ «Пирятинський сирзавод», тоді у 2022 році показник продуктивності праці одного працівника був більшим, ніж у 2021 році. Дані зросли на 33,13% у звітному році. Дані тенденції показують, що у 2022 році використання трудових ресурсів на ТОВ «Пирятинський сирзавод» буде більш ефективним і виробництво буде кращим [22].

Середньорічна вартість основних засобів скорочується. У 2020 році цей показник знизився на 7617 тис. грн у 2022 році.

Зростання пов'язане зі списанням основних засобів на ТОВ «Пирятинський

сирзавод». У 2022 році середні залишки оборотних засобів становили 566222,5 тис. грн, що на 180116 тис. грн більше, ніж у 2020 році. Віддача основних засобів у 2022 року зросла на 5,29 грн порівняно з 2020 роком.

Це проведено про те, що у звітному році ТОВ «Пирятинський сирзавод» використовував основні засоби більш ефективно. У середньому 2022 році оборот оборотних активів на ТОВ «Пирятинський сирзавод» склав близько 118 днів, що на 15 днів більше, ніж у 2020 році. ТОВ «Пирятинський сирзавод» стикається з проблемою зменшення оборотності активів.

У табл. 2.2 розглянемо склад і структуру активів ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Таблиця 2.2

Аналіз активів ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2020-2022 рр.

Показники	2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відхилення 2022 р. до 2020 р.		
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Абс., тис.грн	Відн.,%	у структурі
1. Необоротні активи	103041	20,51	103445	16,42	107725	15,09	4684	104,55	-5,42
Основні засоби	96195	19,15	98612	15,66	85683	12,0	-10512	89,07	-7,14
2. Оборотні активи	399323	79,49	526432	83,58	606013	84,91	206690	151,76	5,42
Активи, всього	502364	100,0	629877	100,0	713738	100,0	211374	142,08	x

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

В процесі функціонування підприємства величина активів і їх структура постійно змінюються. Приріст вартості майна підприємства відбувався рівномірно. Протягом всього аналізованого періоду сукупні активи зросли на 211 374 тис. грн. або на 42,08%. Темпи їх зростання є рівномірними, щорічний приріст у 2021 році склав 25,38%, а у 2022 році – 13,31%.

В цілому за період, необоротні активи збільшилися на 4684 тис. грн, або на 4,55%, а оборотні – на 206690 тис. грн, або на 51,76%. Вищі темпи зростання оборотних активів порівняно з необоротними, призвели до збільшення їх частки у майні на 5,42% і до відповідного зниження частки необоротних активів, що за інших рівних умов може мати позитивний вплив на оборотність капіталу підприємства.

На балансі ТОВ «Пирятинський сирзавод» станом на 31.12.2022 року обліковуються нематеріальні активи за первісною вартістю 8385 тис. грн та залишковою вартістю 983 тис. грн. Повна амортизація нематеріальних активів становить 4728,0 тис. грн. Вартість основних засобів підприємства за аналізований період зменшилась на 10512 тис. грн, при чому частка їх у загальній структурі активів є незначною – 12%.

Загальну структуру активів підприємства характеризує коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів або мобільності активів, який впродовж аналізованого періоду коливається в межах від 3,88 до 5,63. Висока мобільність активів свідчить про те, що підприємство зможе змінити структуру активів протягом короткого періоду часу. Починаючи з 2020 року підприємство збільшує загальну вартість активів за рахунок оборотних активів, які зросли на 42%, тоді як необоротні активи зросли на 5%.

В процесі функціонування підприємства величина активів і їх структура постійно змінюються. В середньому за 3 періоди питома вага необоротних активів складає 17% та оборотних 83% відповідно. Така структура активів свідчить про мобільність майна, незначні накладні витрати та низьку чутливість до змін виручки. Структура активів ТОВ «Пирятинський сирзавод» відображена на рис. 2.2.

Перейдемо до аналізу оборотних активів. Оборотні активи мають велику частку в загальній валюті балансу. Це наймобільніша частина капіталу, від стану і раціонального використання якого багато в чому залежать результати господарської діяльності і фінансовий стан підприємства.

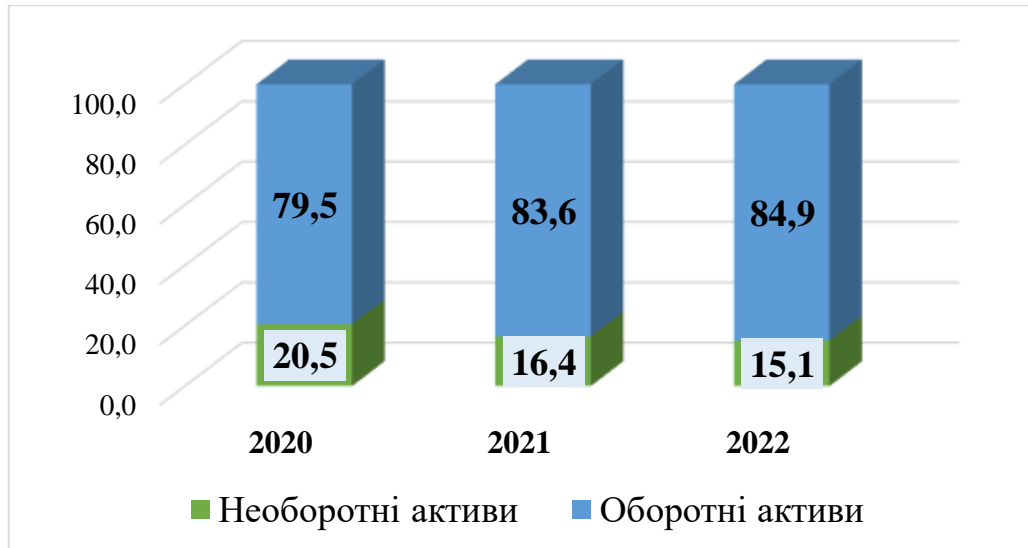


Рис 2.2. Динаміка структури активів ТОВ «Пирятинський сирзавод», % за 2020-2022 рр.

Джерело: розраховано автором

Для більш детального аналізу складу та структури оборотних активів наведено таблицю 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка складу та структури оборотних активів ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2021-2022 рр.

Показники	2020 рік		2021 рік		2022 рік		Відхилення			
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	Абсолютне (+;-)		Відносне, %	
							2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Запаси	142425	35,67	263317	50,02	207823	34,29	120892	-55494	184,88	78,93
2. Грошові кошти та їх еквіваленти	89403	22,39	40871	7,76	113022	18,65	-48532	72151	45,72	276,53
3. Кошти у рахунках, у т.ч.:	163097	40,84	219606	41,72	281038	46,37	56509	61432	134,65	127,97
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	96960	24,28	100643	19,12	156834	25,88	3683	56191	103,80	155,83

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Дебіторська заборгованість за розрахунками	63372	15,87	116853	22,20	122940	20,29	53481	6087	184,39	105,21
Інша поточна дебіторська заборгованість	2765	0,69	2110	0,40	1122	0,19	-655	-988	76,31	53,18
4. Витрати майбутніх періодів	77	0,02	93	0,02	142	0,02	16	49	120,78	152,69
5. Інші оборотні активи	4321	1,08	2545	0,48	4130	0,68	-1776	1585	58,90	162,28
Разом оборотні активи	399323	100,0	526432	100,0	606013	100,0	127109	79581	131,83	115,12

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Основні елементи оборотних активів підприємства зростали не збалансовано. Запаси підприємства зросли за період на 65398 тис. грн, або на 45,9%, тоді як дебіторська заборгованість збільшилась на 117941 тис. грн, або на 72%. Залишки грошових коштів зросли протягом аналізованого періоду на 23619 тис. грн, або 26,4%, тоді як чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 382585 тис. грн, або 27,9%. З цього випливає висновок про те, що значна частина коштів іммобілізована у поточну дебіторську заборгованість, що має негативний вплив на оборотність оборотних активів.

Досліджуючи структуру оборотних активів підприємства, варто зазначити, що найбільшу питому вагу займає дебіторська заборгованість, частка якої у загальному обсязі активів у різні періоди коливалась у межах 40,84% до 46,37%. Висока частка дебіторської заборгованості при меншому рівні грошових коштів свідчить про значні проблеми з оплатою та продажі в кредит. Питома вага запасів підприємства в динаміці зменшилась з 50,02% у 2021 році до 34,29% у 2022 році. Наочно зміни у структурі оборотних активів представлено на рис. 2.3.

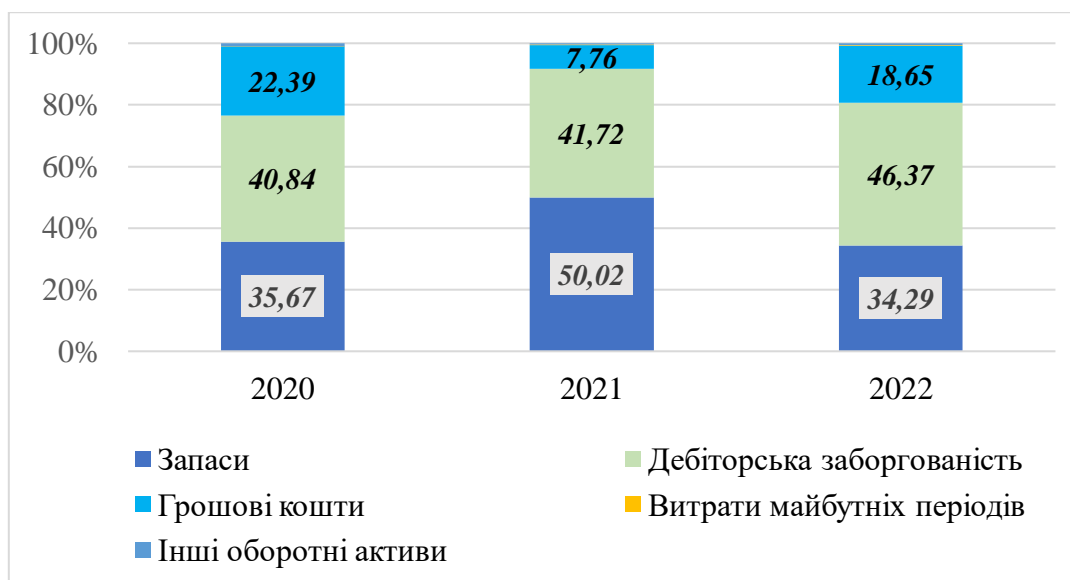


Рис. 2.3. Структура оборотних активів ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2021-2022 рр., %

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Згідно проведених розрахунків у таблиці 2.3 ТОВ «Пирятинський сирзавод» має дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги на суму 156834 тис. грн станом на 31.12.2022 року, що у питомій вазі складає 25,88% та має додаткову дебіторську заборгованість на суму 1122 тис. грн. Дебіторська заборгованість за розрахунками у 2020 році складає 63372 тис. грн та 122940 тис. грн у 2022 році.

Зростання дебіторської заборгованості у динаміці має як, позитивні, так і негативні наслідки. До позитивних змін можна віднести: ймовірне зростання обсягів продажів та залучення нових покупців, залучення кредитних ресурсів для фінансування поточної діяльності. Однак, зростання дебіторської заборгованості може бути наслідком фінансових труднощів у клієнтів підприємства. Затримка у сплаті за товари може негативно вплинути на фінансовий стан підприємства.

У 2021 році підприємство нарощувало запаси, їх частка у загальній структурі активів значно виросла з 35,67% до 50,02%, проте у 2022 році зменшилась до 34,29%. Запаси підприємства зросли через збільшення готової

продукції на складі, вартість якої протягом 2021 року зросла удвічі, з 101529 тис. грн до 220463 тис. грн.

Грошові кошти, як найбільш ліквідна частина, складають в середньому менше 16,3% у загальній структурі оборотних активів. У 2021 році грошові кошти у питомій вазі зменшились на 14%, що також свідчить про проблеми з надходженням фінансових засобів через скорочення продажів.

Аналіз показав, що зростання матеріальних активів поліпшує можливості для нормальної виробничо-торговельної діяльності підприємства.

В цілому ТОВ «Пирятинський сирзавод» працював прибутково у 2020 та 2022 роках. Але через погіршення економічної ситуації в країні, переважно через впровадження карантинних обмежень та спаду ділової активності у 2021 році, виробництво значно знизилося, що призвело до чистих збитків [29].

У 2022 році ТОВ «Пирятинський сирзавод» працює прибутково, поступово нарощуючи виробничі потужності та ринковий потенціал.

Однак, є фактори, які можуть негативно вплинути на фінансовий стан компанії, а саме: активи Товариства можуть бути пошкоджені внаслідок постійних ракетних і артилерійських ударів російських військ по території України; якщо одне з підприємств, яке входить до групи компаній «Молочний Альянс», знаходиться в зоні бойових дій, його діяльність піддається пошкодженню або втраті контролю.

Враховуючи фактор військових дій в Україні, неможливо врахувати всі негативні наслідки, що можуть стати причиною змін у господарському стані підприємства [40].

2.3. Оцінка фінансового стану та витрат підприємства

Аналіз доходів та витрат підприємства має велике значення в системі загальної оцінки роботи суб'єкта господарювання. Це пов'язано з тим, що доходи та витрати мають безпосередній вплив на загальний фінансовий результат діяльності підприємства, який може мати як позитивний, так і негативний

характер. Значення аналізу доходів та витрат підприємства полягає в обґрунтуванні шляхів збільшення доходів та скорочення витрат підприємства.

На підприємстві використовуються такі показники доходів і витрат підприємства: доходи від реалізації продукції; доходи від інших операцій; доходи від надзвичайних операцій; адміністративні витрати; витрати на збут; фінансові витрати; витрати від участі в капіталі.

Проаналізуємо ефективність доходу підприємства у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Зміна обсягів та складу доходів ТОВ «Пирятинський сирзавод»
за 2020-2022 роки**

Показники	Фактичне значення, у тис. грн станом на:			Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021	2021 до 2020	2022 до 2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1 371020	1 404740	1 753605	33 720	348 865	102,6	124,8
Інші операційні доходи	19 355	25 298	80 013	5 943	54 715	130,7	316,3
Дохід від участі в капіталі	0	0	0	0	0	х	х
Інші фінансові доходи	1 306	2 063	746	757	-1 317	158,0	36,2
Інші доходи	84	5 031	5 063	4 947	32	5989,3	100,6
Усього доходів	1391765	1 437132	1 839427	45 367	402 295	103,3	128,0

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Таблиця демонструє фактичні значення доходів підприємства за три роки (2020-2022), а також абсолютне та відносне відхилення між роками. Основні категорії доходів включають чистий дохід від реалізації продукції, інші операційні доходи, інші фінансові доходи та інші доходи.

Аналіз обсягу та складу доходів підприємства демонструє позитивну динаміку, в цілому загальна сума доходів підприємства збільшилась на 447 662

тис. грн., тобто на 32,2%. Підприємство демонструвало значне зростання доходів у 2022 році порівняно з 2021 роком, особливо завдяки збільшенню чистого доходу від реалізації продукції та інших операційних доходів.

Чистий дохід від реалізації продукції у динаміці збільшується, відтак у 2021 р. було отримано 1 404740 тис. грн., що на 33 720 тис. грн., або 2,6% більше ніж у 2020 р., у 2022 р. отримано 1 753605 тис. грн. чистого доходу, що на 24,8% більше ніж у 2021 р.

Інші операційні доходи протягом 2021 року зросли на 757 тис. грн., однак у 2022 р. зменшились на 1 317 тис. грн. Оскільки, до операційних доходів включають всі доходи від операційної діяльності, окрім доходу від реалізації продукції, можна припустити, що підприємство отримало меншу суму доходів від продажу оборотних активів. Відсутність доходу від участі в капіталі може свідчити про відсутність інвестиційної активності в цьому напрямку.

У таблиці 2.5 наведено структуру доходів ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2020-2022 роки. У 2021 році частка чистого доходу від реалізації становила 97,75% від загального доходу. У 2022 році ця частка зменшилася до 95,33%, що є абсолютним зменшенням на 2,41%. Зменшення частки чистого доходу від реалізації продукції на 2,41% у 2022 році порівняно з 2021 роком, може вказувати на необхідність перегляду основних видів діяльності або вдосконалення стратегії реалізації.

Частка інших операційних доходів у 2021 році становила 1,76%. У 2022 році вона зросла до 4,35%, що є абсолютним зростанням на 2,59%. Зростання інших операційних доходів на 2,59% у 2022 році свідчить про успішні заходи в операційній діяльності або нові джерела доходу, що слід розглядати як позитивний знак.

Таблиця 2.5

Структура доходів ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2020-2022 рр.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення	
	2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	98,51	97,75	95,33	-0,76	-2,41
Інші операційні доходи	1,39	1,76	4,35	0,37	2,59
Дохід від участі в капіталі	0	0	0	x	x
Інші фінансові доходи	0,09	0,14	0,04	0,05	-0,1
Інші доходи	0,01	0,35	0,28	0,34	-0,07
Усього доходів	100,0	100,0	100,0	x	x

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод» [23]

У 2021 році частка інших фінансових доходів становила 0,14%. У 2022 році ця частка зменшилася до 0,04%, що є абсолютним зменшенням на 0,1%. Зменшення частки інших фінансових доходів на 0,1% у 2022 році вказує на меншу ефективність або наявність менших можливостей отримання фінансових доходів [22]. У 2021 році частка інших доходів становила 0,35%. У 2022 році ця частка зменшилася до 0,28%, що є абсолютним зменшенням на 0,07%.

Таким чином, підприємство працює ефективно, маючи щорічні надходження чистого доходу від реалізації продукції, однак, варто окремо дослідити динаміку надходження чистого прибутку (рис. 2.4).

Результати розрахунків показали, що протягом 2020-2021 рр. діяльність ТОВ «Пирятинський сирзавод» є прибутковою, щорічний приріст валового прибутку 98 131 тис. грн (176,1%), прибутку від операційної діяльності 96 028 тис. грн (249,5%). Чистий прибуток у 2022 році зріс утричі, що в абсолютному значенні складає 75 946 тис. грн.

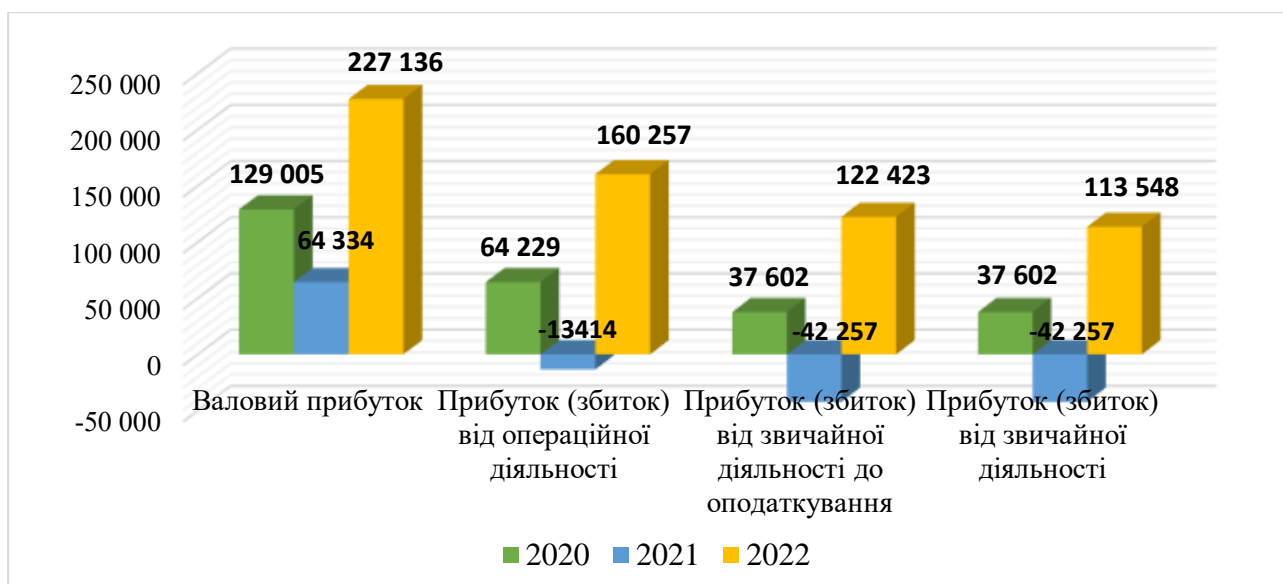


Рис. 2.4. Динаміка видів прибутку (збитку) підприємства за 2020-2022 роки, у тис. грн

Джерело: Складено та розроблено автором на основі річної фінансової звітності підприємства [29]

Однак, у 2022 році валовий прибуток підприємства зріс на 162 802 тис. грн або 71,7%. Зменшення валового прибутку у 2021 році підприємства одночасно зі зменшенням інших показників може бути пов'язане із зростанням витрат, погіршенням якості або ефективності виробництва, негативними змінами в економічному середовищі тощо.

У 2021 році діяльність підприємства була збитковою, проте у 2022 році сума надходження склала 113 548 тис. грн. Зменшення надходжень прибутку є негативним явищем, тому варто дослідити причини таких змін.

Для більш детального аналізу впливу витрат на фінансову діяльність підприємства розглянемо таблицю 2.6.

Згідно проведених розрахунків загальні витрати підприємства зросли на 26,8% протягом 2020-2022 рр., що у абсолютному значенні складає 362 841 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції у динаміці зростає, за всі періоди приріст склав 284 454 тис. грн або 22,9%.

Таблиця 2.6

**Динаміка складу та структури витрат ТОВ «Пирятинський сирзавод»
за економічними елементами у період 2020-2022 рр.**

Витрати підприємства	Зміни у періоді						Зміни у складі витрат			
	2020		2021		2022		Абсолютне відхилення, тис. грн		Відносне відхилення, %	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	2021 від 2020	2022 від 2021	2021 від 2020	2022 від 2021
Собівартість реалізованої продукції	1242015	91,72	1340406	90,61	1526469	88,9	98391	186063	107,92	113,88
Адміністративні витрати	18152	1,34	18394	1,24	20642	1,2	242	2248	101,33	112,22
Витрати на збут	47107	3,48	50276	3,4	70542	4,11	3169	20266	106,73	140,31
Інші операційні витрати	18872	1,39	34376	2,32	55708	3,24	15504	21332	182,15	162,05
Фінансові витрати	27995	2,07	31010	2,1	38557	2,25	3015	7547	110,77	124,34
Інші витрати	22	0,00	4927	0,33	5086	0,3	4905	159	22395,45	103,23
Усього витрат	1354163	100,0	1479389	100,0	1717004	100,0	125226	237615	109,25	116,06

Джерело: Складено та розраховано автором на основі річної фінансової звітності підприємства [29]

Змінюється структура витрат підприємства, найбільшу частку у структурі поточних витрат займає собівартість реалізованої продукції. Відтак, в 2020 році собівартість склала 91,72% від суми загальних витрат, в 2021 році – 90,61%, а в 2022 році – 88,9%. Зниження питомої ваги собівартості реалізованої продукції у загальній структурі витрат пов'язане із зростанням адміністративних витрат та витрат на збут.

Адміністративні витрати у досліджуваному періоді зросли на 13,7%. Відтак, у 2021 р. вони зросли на 242 тис. грн. (або 1,33%) порівняно з 2020 роком та на 2 248 тис. грн. (12,22%) у 2022 році.

Витрати на збут аналізованого нами товариства займають друге місце у

структурі поточних витрат. Так, їх вартість в 2020 році становила – 47107 тис. грн., або 3,48% у структурі витрат, в 2021 році – 502756 тис. грн., або 3,4% у питомій вазі, в 2022 році – 70542 тис. грн., або 4,11% у питомій вазі. Таке суттєве збільшення витрат на збут протягом аналізованого періоду на 23 435 тис. грн. або на 49,7% стало одним з основних факторів зменшення фінансового результату від операційної діяльності в 2021 році.

Фінансові витрати підприємства значно зросли у 2022 році – на 7 547 тис. грн. проти 2021 року та на 10 562 тис. грн. або на 37,73% проти 2020 року. Інші витрати також значно зросли у 2022 р. – на 5 064 тис. грн.

Тобто, можна зробити висновки, що найбільшу частку витрат займають витрати на виробництво, що середньому становлять 90,4% від загального обсягу витрат. Питома вага витрат на збут у динаміці зростає і становить в середньому 3,7%. Такі зміни у динаміці можуть бути пов'язані зі зростанням обсягу виробництва та збільшенням вартості ресурсів та матеріалів, які використовуються у виробничих процесах. Показники зміни загальних витрат підприємства збільшились через зростання величини витрат, пов'язаних з оплатою за договорами оренди, процентами за кредитами та втратами від курсових різниць, що виникли по кредитах та процентах по кредитах в іноземній валюті.

Провести детальний аналіз чинників, що вплинули на зменшення частки чистого доходу від реалізації продукції, та вжити заходів для підвищення цієї частки. Продовжувати розвиток операційних заходів, що привели до зростання інших операційних доходів. Розглянути можливості для збільшення фінансових доходів, що може включати інвестиції у більш прибуткові фінансові проекти.

Для оцінки фінансового стану ТОВ «Пирятинський сирзавод» здійснено аналіз його діяльності за показниками ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності.

Показники ліквідності та платоспроможності підприємства є ключовими фінансовими індикаторами, які відображають його фінансовий стан та здатність виконувати свої зобов'язання. Показники ліквідності відображають здатність

підприємства швидко перетворювати свої активи в готівку для покриття короткострокових зобов'язань. Натомість, показники платоспроможності відображають здатність підприємства виконувати свої довгострокові зобов'язання і забезпечувати стабільність у майбутньому. Ліквідність та платоспроможність визначають здатність підприємства погасити свої зобов'язання, визначають взаємовідносини з державою та суб'єктами фінансового ринку. У табл. 2.7 представлено основні результати розрахунку показників ліквідності та платоспроможності підприємства.

Таблиця 2.7

**Динаміка показників ліквідності та платоспроможності
ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2020-2022 рр.**

№ п.п.	Найменування показників	Нормативне значення	Роки			Відхилення	
			2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
1	Коефіцієнт загальної ліквідності (покриття)	>1	1,37	1,17	1,80	-0,20	0,62
2	Коефіцієнт швидкої (поточної) ліквідності	0,6-0,8	0,88	0,58	1,18	-0,30	0,60
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності)	>0,2 збільш.	0,31	0,09	0,34	-0,22	0,24
4	Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	≥ 1	0,57	0,49	0,84	-0,08	0,35
5	Чистий оборотний капітал, тис. грн	>0 збільш.	108546	78206	268683	-30340	190477

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Коефіцієнт загальної ліквідності або коефіцієнт покриття демонструє якою мірою поточні зобов'язання забезпечуються поточними активами, тобто скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю

поточних зобов'язань. Проведені розрахунки вказують на те, що діяльність підприємства має нестабільний характер. Даний показник зменшився у 2021 році до 1,17 в порівнянні з 2020 роком – 1,37, проте виріс у 2022 році до 1,80, що свідчить про значне покращення ліквідності підприємства та про поступове посилення підприємством здатності до погашення поточних зобов'язань.

Коефіцієнт швидкої ліквідності вказує на частку зобов'язань, які підприємство може оплатити негайно ($>0,6-0,8$). Отримані значення коефіцієнта швидкої ліквідності показують неоднорідну динаміку, зі скороченням значення показника у 2021 на 0,3 пункти. Проте станом на 2022 р. на кожну гривню поточних зобов'язань підприємство мало 1,18 грн поточних активів, що на 0,6 грн більше показника 2021 року.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності) демонструє спроможність підприємства негайно погасити свою короткотермінову кредиторську заборгованість ($>0,2$). В порівнянні з нормативним значенням, підприємство в 2021 році має незадовільний рівень абсолютної ліквідності. Це може вказувати на те, що підприємство має недостатньо активів, які можуть бути швидко перетворені на готівку для задоволення своїх зобов'язань. Проте, у 2020 та 2022 роках показник має відносно стабільний стан: 0,31 та 0,34, що свідчить про те, що ТОВ «Пирятинський сирзавод» водночас може погасити свої короткострокові борги.

Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості допомагає зрозуміти, наскільки підприємство здатне розрахуватися зі своїми короткостроковими зобов'язаннями за рахунок коштів, які воно очікує отримати від дебіторів у найближчий час (>1). Значення показника становило менше нормативного протягом 2020-2021 років дослідження, що свідчить про те, що підприємство має більше короткострокових кредиторських зобов'язань, ніж дебіторської заборгованості. Це може свідчити про потенційні проблеми з ліквідністю, оскільки підприємству може не вистачити коштів для своєчасного погашення своїх зобов'язань. Проте у 2022 році відбулося зростання на 0,36 пункти, що свідчить про наближеність до

нормативного значення та вказує на збалансованість між очікуваними надходженнями від дебіторів та зобов'язаннями перед кредиторами. Це свідчить про те, що підприємство добре управляє своїми фінансовими потоками.

Чистий оборотний капітал вказує на фінансове становище компанії та показує, скільки оборотних активів підприємства залишається після покриття його короткострокових зобов'язань. Він є важливим показником для оцінки фінансової стійкості та ліквідності підприємства, а також його здатності підтримувати операційну діяльність і розвиватися в довгостроковій перспективі. За наведеними даними, підприємство мало додатній чистий оборотний капітал в 2020-2022 роках. Це означає, що зобов'язання компанії не перевищують її активи, що може свідчити про відсутність проблем з платоспроможністю і можливість компанії виконати свої фінансові зобов'язання.

Для аналізу фінансової стійкості підприємства була використана система фінансових коефіцієнтів, динаміка яких показана в таблиці 2.8. Аналіз фінансової стійкості описує результат поточного, інвестиційного та фінансового розвитку підприємства. Показники фінансової стійкості дають розуміння щодо співвідношення власних та позикових коштів у капіталі підприємства.

Таблиця 2.8

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2020-2022 рр.

№ п.п.	Найменування показників	Нормативне значення	Роки			Відхилення	
			2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Власні оборотні кошти	збільш.	108546	78206	268683	-30340	190477
2	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	$\geq 0,5$	0,24	0,12	0,27	-0,12	0,14
3	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	$< 0,5$	0,76	0,88	0,73	0,12	-0,14

Продовження таблиці 2.8

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Коефіцієнт фінансової стійкості	≥ 1	0,42	0,29	0,53	-0,13	0,24
5	Коефіцієнт фінансової залежності	зменш.	4,11	8,00	3,72	3,89	-4,28
6	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$>0,1$	0,89	0,99	1,40	0,11	0,41
7	Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності)	>1	0,32	0,14	0,37	-0,18	0,22
8	Коефіцієнт фінансового левериджу	$<0,25$ зменш.	0,73	1,31	0,96	0,58	-0,34

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Власні оборотні кошти показують, яка частина оборотних активів підприємства фінансується за рахунок власного капіталу, а не позикових коштів. Цей показник є важливим для оцінки фінансової незалежності та стійкості підприємства, а також його здатності самостійно підтримувати свою операційну діяльність. Позитивне значення показника впродовж досліджуваного періоду свідчить про те, що підприємство має достатньо власного капіталу для фінансування своїх оборотних активів. Це означає, що підприємство є менш залежним від зовнішніх джерел фінансування (кредитів та позик) і може краще контролювати свої фінансові ризики. Також наявність власних оборотних коштів надає підприємству фінансову стабільність і гнучкість для підтримки операційної діяльності, інвестування у розвиток та реагування на непередбачені ситуації. Проте зменшення показника на 30340 тис. грн у 2021 році може свідчити про зміни у фінансовому стані підприємства, які можуть бути викликані збільшенням зобов'язань, зменшенням власного капіталу, змінами в структурі активів або зменшенням оборотних активів.

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) характеризує можливість підприємства виконати свої зобов'язання за рахунок використання власного

капіталу ($\geq 0,5$). За наведеними даними, коефіцієнт автономії становив 0,24 у 2020 році, 0,12 у 2021 році та 0,27 у 2022 році, що свідчить має низьку автономію та залежність підприємства від зовнішнього фінансування. Також це може бути ознакою серйозних проблем із фінансовою стійкістю та можливою неплатоспроможністю.

Коефіцієнт концентрації позикового капіталу ($< 0,5$) (іноді його називають коефіцієнтом фінансового важеля або коефіцієнтом заборгованості) показує частку позикового капіталу в загальній структурі капіталу підприємства. Він є важливим для оцінки фінансової стійкості підприємства і його здатності обслуговувати свої борги. За наведеними даними, коефіцієнт концентрації протягом досліджуваного періоду перевищує нормативне значення, що може свідчити про те, що підприємство значною мірою фінансується за рахунок позикових коштів. Отримані значення показника вказують на високий рівень фінансового ризику, оскільки підприємство залежить від зовнішніх джерел фінансування. Високий рівень позикового капіталу може призвести до збільшення витрат на обслуговування боргу (процентні витрати), що може негативно вплинути на прибутковість і ліквідність підприємства.

Коефіцієнт фінансової стійкості (≥ 1) показує, яку частку активів підприємство здатне фінансувати за рахунок власного капіталу і залученого капіталу. У 2020 році коефіцієнт становив 0,42, у 2021 році 0,29 та у 2022 році 0,53 що свідчить про те, що частка позикового капіталу перевищує частку власного капіталу в загальній структурі капіталу підприємства. Таке співвідношення вказує на високу залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Висока частка позикового капіталу підвищує фінансовий ризик, оскільки підприємству необхідно регулярно обслуговувати борги (виплачувати відсотки та основну суму боргу). Це може негативно вплинути на ліквідність і платоспроможність підприємства, особливо в умовах економічних труднощів.

Коефіцієнт фінансової залежності показує, в якій мірі підприємство залежить від зовнішнього фінансування. За наведеними даними, коефіцієнт фінансової залежності в 2020 році становив 4,11, у 2021 році 8,00, а в 2022 році

він зменшився до 3,72. За досліджувані роки значення перевищують нормативне значення, що свідчить про високу залежність компанії від зовнішнього фінансування та можливу нездатність виплачувати свої зобов'язання.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу визначає, на скільки підприємство може маневрувати з використанням свого власного капіталу. Протягом досліджуваних років даний коефіцієнт становив від 0,89 до 1,40, що вказує на позитивний вплив на фінансовий стан підприємства.

Коефіцієнт фінансування (фінансової стабільності) (>1) в динаміці менший за нормативне значення, що свідчить про зменшення частки власного капіталу в загальній структурі капіталу підприємства та збільшення позикових ресурсів. Тобто, у 2020 році показник становив 0,32, у 2021 році знизився до 0,14 та зріс у 2022 році до 0,37.

Коефіцієнт фінансового левериджу ($<0,25$ зменш.) відображає структуру капіталу підприємства та його ризик, результати за цим показником свідчать про зростання частки боргових інструментів в структурі капіталу. У 2020 році коефіцієнт становив 0,73, у 2021 році – 1,31 та у 2022 році – 0,96. Високий коефіцієнт означає більшу залежність від кредитів, що може ускладнити обслуговування боргу і знизити стійкість компанії.

Наступним кроком в аналізі фінансового стану підприємства є обчислення коефіцієнтів ділової активності. Аналіз ділової активності підприємства відображає загальну картину економічного і фінансового стану підприємства, дозволяє виявити приховані негативні процеси, які можуть призвести до небажаних наслідків. Підприємство з достатнім рівнем ділової активності, навіть при тимчасовому зниженні фінансової стійкості, здатне покращити свій фінансовий стан. Неєфективне підприємство може стати банкрутом через незначні коливання у своєму фінансовому стані. У таблиці 2.9 наведені обчислені значення показників оборотності та ефективності використання оборотного капіталу.

Таблиця 2.9

Динаміка показників ділової активності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2020-2022 рр.

№ п.п.	Найменування показників	Нормативне значення	Роки			Відхилення	
			2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
1	Оборотність активів (обороти), ресурсовіддача, коефіцієнт трансформації	збільш.	2,73	2,23	2,46	-0,5	0,23
2	Коефіцієнт оборотності оборотних активів (обороти)	збільш.	3,55	3,03	3,10	-0,52	0,06
3	Тривалість обороту оборотних активів, днів	зменш.	101,38	118,62	116,24	17,24	-2,38
4	Коефіцієнт оборотності запасів, оборотів	збільш.	9,45	6,61	6,48	2,84	0,13
5	Тривалість обороту запасів, днів	зменш.	38,11	54,49	55,56	16,38	1,07
6	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, оборотів	збільш.	7,31	9,10	5,61	1,79	-3,48
7	Тривалість обороту дебіторської заборгованості, днів	зменш.	49,28	39,57	64,13	-9,71	24,56
8	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, оборотів	збільш.	5,32	4,96	4,96	0,37	x
9	Тривалість обороту кредиторської заборгованості, днів	зменш.	67,61	72,62	72,59	5,0	0,02
10	Коефіцієнт оборотності власного капіталу (оборотність)	збільш.	11,21	17,84	9,14	6,63	-8,70

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності фінансової звітності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Коефіцієнт трансформації показує як ефективно підприємство використовує свої активи для генерації доходу. У 2021 році показник зменшився на 0,5 пунктів та показує, що 1 грн інвестованих коштів принесла 2,23 грн доходу, у 2022 році - 2,46 грн доходу. Проте у порівнянні з 2020 роком

зберігається тенденція до зниження показника, що може свідчити про меншу ефективність використання активів підприємством.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів вказує на ефективність використання оборотних активів підприємством. Отримані значення показника вказують на стабільність управління оборотними активами компанії.

Тривалість обороту оборотних активів збільшилася з 101 дня у 2020 році до 119 днів у 2021 році, що вказує на уповільнення обороту оборотних активів. Це означає, що підприємству знадобилося більше часу для перетворення оборотних активів у грошові кошти, що може свідчити про проблеми з реалізацією продукції або збільшення запасів. У 2022 році тривалість обороту зменшилася до 116 днів, що вказує на деяке покращення в управлінні оборотними активами, хоча показник все ще перевищує рівень 2020 року.

Коефіцієнт оборотності запасів зменшується з 9,45 у 2020 році до 6,61 у 2021 році, а потім незначно зменшується до 6,48 у 2022 році, що свідчить про проблеми в управлінні запасами. Тривалість обороту запасів зросла з 38 днів у 2020 році до 54 днів у 2021 році і 56 днів у 2022 році. Зростання цього показника свідчить про те, що підприємство повільніше перетворює запаси у продукцію або продажі, що може свідчити про зниження процесів управління запасами та виробництвом.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості вказує на швидкість стягнення коштів від покупців. Показник зріс з 7,31 у 2020 році до 9,1 у 2021 році, що вказує на покращення збору дебіторської заборгованості. Проте, у 2022 році цей показник зменшився до 5,61, що може свідчити про погіршення платіжної дисципліни клієнтів або зростання дебіторської заборгованості.

Тривалість обороту дебіторської заборгованості зменшилася з 49 днів у 2020 році до 39 днів у 2021 році, що вказує на швидше отримання платежів від клієнтів. Однак, у 2022 році цей показник збільшився до 64 днів, що свідчить про зростання часу на отримання платежів і можливі проблеми з ліквідністю.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості вказує на швидкість сплати заборгованості поставникам та кредиторам. Коефіцієнт оборотності

кредиторської заборгованості зменшився з 5,32 у 2020 році до 4,96 у 2021 році та залишився на тому ж рівні у 2022 році. Це свідчить про покращення платіжної дисципліни підприємства щодо своїх постачальників.

Тривалість обороту кредиторської заборгованості зростає з 68 днів у 2020 році до 73 днів у 2021 році, а у 2022 році незначно зменшилася до 72 днів. Збільшення цього показника вказує на те, що підприємство витрачає більше часу на погашення своїх зобов'язань перед кредиторами.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу зріс з 11,21 у 2020 році до 17,84 у 2021 році, що вказує на покращення ефективності використання власного капіталу для генерування доходів. Однак, у 2022 році цей показник значно знизився до 9,14, що свідчить про зниження ефективності використання власного капіталу.

Аналіз ефективності використання ресурсів за показниками рентабельності зображає ефективність фінансового результату та ефективність отриманого чистого прибутку на одиницю вкладених ресурсів. Наступні розрахунки відображено у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «Пирятинський сирзавод»
за 2020-2022 рр.**

№ п.п.	Найменування показників	Нормативне значення	Роки			Відхилення	
			2020	2021	2022	2021 до 2020	2022 до 2021
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Рентабельність (збитковість) активів, %	збільш	7,66	-7,46	16,90	-15,12	24,37
2	Рентабельність (збитковість) власного капіталу, %	збільш	36,34	-42,05	83,94	-78,39	125,99
3	Рентабельність операційної діяльності, %		4,70	-0,90	10,26	-5,60	11,16

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Валова рентабельність Gross margin, %		9,41	4,58	12,95	-4,83	8,37
5	ЕВІТДА margin, %		0,70	-5,22	3,77	-5,92	8,99
6	Чиста рентабельність (збитковість) реалізації Net margin, %		2,74	-3,01	6,48	-5,75	9,48
7	Період окупності капіталу	зменш.	13,36	-14,91	6,29	-28,27	21,19
8	Період окупності власного капіталу	зменш.	3,25	-1,86	1,69	-5,11	3,55

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності

Рентабельність активів характеризує рівень прибутку, що створюється всіма активами підприємства, які перебувають у його використанні згідно з балансом. Показник суттєво знизився у 2021 році, досягнувши негативного значення -7,46%, що свідчить про збитковість підприємства в цей період. Проте у 2022 році показник значно покращився до 16,9%, що вказує на успішне відновлення прибутковості активів підприємства.

Рентабельність (збитковість) власного капіталу також значно знизилася у 2021 році, досягнувши -42,05%, що свідчить про збитки. Проте у 2022 році спостерігається значне покращення до 83,94%, що вказує на високу прибутковість власного капіталу та ефективне використання власних ресурсів.

Рентабельність операційної діяльності вказує на ефективність господарської діяльності компанії в процесі генерації прибутку. Рентабельність операційної діяльності знизилася до -0,9% у 2021 році, що свідчить про збиткову операційну діяльність. У 2022 році показник покращився до 10,26%, що вказує на успішну операційну діяльність підприємства.

Валова рентабельність (Gross margin, %) вказує на відсоток прибутку, який залишається після врахування витрат на виробництво товарів або послуг. Валова рентабельність знизилася до 4,58% у 2021 році, але у 2022 році значно

покращилася до 12,95%, що вказує на зростання валового прибутку від реалізації продукції.

EBITDA margin дозволяє оцінити ефективність управління фірмою, відображаючи, скільки прибутку компанія генерує відносно свого загального доходу перед врахуванням впливу відсотків, податків, амортизації та відрахувань. Показник знизився до -5,22% у 2021 році, але у 2022 році зріс до 3,77%, що свідчить про покращення операційного прибутку до вирахування відсотків, податків та амортизації.

Чиста рентабельність (збитковість) реалізації (Net margin, %) вказує на відсоток чистого прибутку компанії від загальних доходів. Чиста рентабельність реалізації знизилася до -3,01% у 2021 році, але у 2022 році покращилася до 6,48%, що вказує на прибутковість підприємства після сплати всіх витрат та податків.

Період окупності капіталу значно збільшився до -14,91 у 2021 році, що вказує на збитковість капіталу. У 2022 році показник покращився до 6,29, що свідчить про зменшення часу, необхідного для окупності інвестицій у капітал.

Період окупності власного капіталу погіршився у 2021 році до -1,86, що вказує на збитковість. У 2022 році цей показник покращився до 1,69, що вказує на зменшення часу, необхідного для окупності інвестицій у власний капітал.

Таким чином, аналізуючи показники рентабельності варто зауважити, що вони мають помірні значення, підприємство протягом досліджуваного періоду було забезпечене необхідним обсягом капіталу, однак ефективність його використання погіршувалася, про що свідчить зниження показників рентабельності як самої діяльності так і власного капіталу в 2021 році.

2.4. Діагностика рівня конкурентоспроможності підприємства

Проведемо оцінку конкурентного потенціалу та можливостей розвитку компанії, оцінивши її поточну діяльність та показники економічної і фінансової стійкості.

Продукція та її конкурентоспроможність є важливою частиною конкурентного потенціалу. Отже, ми вважаємо, що необхідно провести оцінку конкурентоспроможності продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Однією з важливих характеристик конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача, який є для задоволення відповідних потреб. Для отримання максимального споживчого ефекту на одиницю витрат, покупець прагне досягти ідеального співвідношення між рівнем споживчих властивостей товару та витратами, пов'язаними з його отриманням і використанням.

Таким чином, для аналізу конкурентоспроможності продукції ми використовуємо метод вимірювання як одиничних, так і групових показників. На цих основах результатів ми розробимо інтегральний показник конкурентоспроможності [14, с. 112].

Основними конкурентами ТОВ «Пирятинський сирзавод» є ТОВ «Данон», ТОВ «Терра Фуд» і ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен». ТОВ «Пирятинський сирзавод» пропонує конкурентоспроможну продукцію.

Політичні події та рішення постійно впливають на внутрішній ринок і діяльність організації, а керівництво організації має знати про закони та рішення як уряду, так і місцевих органів влади, на яких функціонує підприємство.

Розглянемо основних конкурентів ТОВ «Пирятинський сирзавод».

1. В Україні ТОВ «Данон» виробляє та розповсюджує різноманітні продукти харчування. Компанія зосереджена на виробництві молочних продуктів і дистрибуції продуктів дитячого харчування в Україні.

2. ТОВ «Терра Фуд» -це молочна компанія, яка динамічно розвивається та є лідером на українському ринку вершкового масла, рослинно-вершкових сумішей і сиру. «ТЕРРА ФУД» об'єднує молочні активи Групи «ТЕРРА ФУД»,

яка є єдиною з найбільших вертикально інтегрованих компаній в Україні, яка розвиває бізнес у трьох галузях (молочна, м'ясна, агро). Компанія має виробничі майданчики в Україні.

3. У червні 2014 року ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» став виробничим підприємством. Корпорація використовує молокозавод як основного постачальника сировини. При проектуванні та будівництві підприємства враховувалися міжнародні стандарти якості та безпеки харчових продуктів.

Використовуючи таблицю 2.11, порівняємо підприємства «Пирятинський сирзавод», «Данон», «Терра Фуд» і ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен» [22].

Таблиця 2.11

Порівняльний аналіз конкурентів ТОВ «Пирятинський сирзавод»

№ п/п	Показник	ТОВ «Пирятинський сирзавод»	ТОВ «Данон»	ТОВ «Терра Фуд»	«Вінницький молочний завод «Рошен»
1	Асортимент продукції	Молоко, сметана, кефір, ряженка, сир Адигейський, сиркові вироби, сир кисломолочний, сири тверді	Розсільні, м'які тверді вагові та тверді фасовані, плавлені, вершкові сири	Вершкове масло, сири	Молоко, молоко сухе незбиране, сир кисломолочний, сиркові вироби
2	Реклама	€	€	€	€
3	Частка ринку, %	4	8	9	10
4	Середні обсяги продаж, тис. грн	1616516	670406	247200	2346260
5	Основні покупці	Великі супермаркети, магазини, оптові фірми та приватні підприємці, приватні особи	Великі супермаркети, магазини, оптові фірми та приватні підприємці	Великі супермаркети, магазини, оптові фірми та приватні підприємці	Кондитерські фабрики «Рошен», магазини, оптові фірми та приватні підприємці

Джерело: складено автором

Отже, з таблиці бачимо, що основним конкурентом ТОВ «Пирятинський сирзавод» є ТОВ «Данон». Технічні параметри твердого сиру поділимо на «жорсткі» (технологічні показники) та «м'які» (органолептична оцінка) [2].

Наведемо в табл. 2.12 оцінку «жорстких» параметрів твердого сиру.

Таблиця 2.12

«Жорсткі» параметри твердого сиру «Сметанковий»

Назва параметра	Значення параметра			Одиничний показник (q _i)	Коефіцієнт вагомості	Груповий індекс (K _i)
	ТМ «Пирятин»	ТМ «КОМО»	Норма			
Масова частка жиру в сухій речовині, %, не менше ніж	50	50	50	1,0	0,25	0,25
Масова частка вологи, %, не більше ніж	41	42	43	0,96	0,15	0,14
Масова частка кухонної солі, %, не більше ніж	2	3	3	0,67	0,08	0,05
Показник твердості, %	57	55	51-60	1,04	0,1	0,1
					Всього:	0,54

Джерело: складено автором на основі [23; 22]

Груповий індекс продукції ТОВ «Пирятинський сирзавод» за технічними параметрами (разом за «жорсткими» та «м'якими» параметрами) становить більше 1 ($K_t = 1,05$), тобто продукція є конкурентоспроможною.

Груповий показник конкурентоспроможності продукції за економічними показниками (K_e) розраховуємо на підставі даних табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Економічні параметри твердого сиру «Сметанковий»

Назва параметра	Значення параметра		Одиничний показник (q _i)	Коефіцієнт вагомості (v _i)	Груповий індекс (K _e)	
	ТМ «Пирятин»	ТМ «КОМО»				
Ціна, грн/кг	299,99	409,58	0,95	1,0	0,95	
					Всього	0,95

** Джерело: складено автором на основі [23; 22]*

Груповий показник конкурентоспроможності за економічними показниками $K_e < 1$, означає, що продукція ТОВ «Пирятинський сирзавод» (ТМ «Пирятин») за економічними показниками має вищий рівень конкурентоспроможності стосовно продукції ТОВ «Торговий дім» [27, с. 3].

Зараз ТОВ «Пирятинський сирзавод» має третинний конкурентний потенціал (табл. 2.14). Але компанія досягає значних успіхів на ринку, розвиває свій конкурентний потенціал і активно зміцнює свою позицію на ринку. Тому є велика ймовірність того, що в найближчому майбутньому вона досягне четвертого рівня конкурентного потенціалу.

Таблиця 2.14

Рівень конкурентного потенціалу ТОВ «Пирятинський сирзавод»

	Характерні риси	Керівник / Керівництво
РІВЕНЬ	Апарат управління впливає на виробничий складовий потенціал, який розвивається та удосконалюється, враховуючи всі внутрішні та зовнішні можливості.	Компанії, які керують стандартами, намагаються не підтримувати виробництво, встановлених у галузі, не знають, що вони мають переваги на своєму ринку за іншим, ніж основні конкуренти.
	ТОВ «Пирятинський сирзавод» приділяє велику увагу виробництву високоякісної продукції, яка відповідає вимогам і стандартам.	Якість виробів, а також весь процес виробництва контролюється виробництвом ТОВ «Пирятинський сирзавод».
	Компанія прагне запропонувати нові продукти, розширюючи свій асортимент і враховуючи побажання та потреби клієнтів. Привертає увагу споживачів за допомогою реклами та інших маркетингових заходів.	Аналізує ринок, шукає внутрішні та зовнішні можливості та способи розвитку та управління конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю компанії, щоб досягти високих показників і закріпитися на ринку, випереджаючи своїх конкурентів.
	Апарат управління інтересами у тому, щоб діяльність підприємства була успішною та прибутковою, і він звітує зусиль, щоб досягти мети підприємства.	

Джерело: складено автором на основі [17, с. 20]

Враховуючи вищезазначену оцінку конкурентного потенціалу, можна зробити висновок, що ТОВ «Пирятинський сирзавод» має більше використовувати свою конкурентну силу та потенціал, щоб зменшити загрози та продовжувати розвиватися та зміцнювати свою позицію на ринку [19, с. 81].

2.5. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства

ТОВ «Пирятинський сирзавод» активно працює в міжнародних відносинах, зокрема експортує свою продукцію. На додаток до дослідження тенденцій виробництва та експорту в Україні, необхідно проаналізувати та оцінити участь ТОВ «Пирятинський сирзавод» у загальному обсязі поставленої закордонної продукції та у розрізі основних країн-партнерів (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Географічна структура експорту ТОВ «Пирятинський сирзавод» за 2021-2022 роки, %

Країна	2021 рік	2022 рік
Молдова	1,3	5,2
Польща	69,6	59,4
Ізраїль	27,3	83,8
Канада	5,6	55,8
США	9,2	4,0

Джерело: складено автором на основі даних ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Розрахунки показують, що ТОВ «Пирятинський сирзавод» займає значну частку загального експорту сирів з України. Однак, у 2022 році його питома вага зменшилася з 40,5% у 2021 році до 34,4%. Це стало результатом того, що ТОВ «Пирятинський сирзавод» знизив експорт продукції до Польщі з майже 70% у 2021 році до майже 59,4% у 2022 році. У 2018 році підприємство стало основним постачальником твердих сирів до Канади та Ізраїлю. Крім того, у 2022 році частка заводу в постачання до Молдови зростає з 1,3% у 2021 році до 5,2 %

[13].

На основі даних табл. 2.16 розглянемо ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Таблиця 2.16

Параметри експортних угод ТОВ «Пирятинський сирзавод» у 2021-2022 рр.

Показник	Роки		Відхилення	
	2021	2022	Абсолютне, +/-	Відносне, %
Обсяг продукції за експортними контрактами, тис. кг	5741,8	3767,6	-1974,2	-34,38
Витрати на виробництво і реалізацію експортної продукції, грн/кг	2,86	3,34	0,48	16,78
Середня ціна, дол./кг	3,77	4,28	0,51	13,53

Джерело: [8]

Порівнюючи результати з ефективним експортом виробництва на товари, можна зробити висновок, що, хоча ефективність товарів на внутрішньому ринку виробництва дещо вища, ефективність експорту достатня для виконання експортних операцій.

ПрАТ «Молочний альянс» у 2019 році уклало зовнішньоторговельні контракти з Латвією та Фінляндією. Рекламні кампанії, які проводяться на радіо, телебаченні, у періодичній пресі, виставках, дегустаціях і зустрічах з покупцями, сприяють просуванню продукції на зовнішній ринок.

Відділ маркетингу відповідає за просування продукції на зовнішній ринок. Відділ узгоджує свої дії з ПрАТ «Молочний альянс».

Для зниження витрат багато виробників замінюють замітники молочної сировини. Характеристика маркетингової стратегії компанії зображена у таблиці 2.17.

Таблиця 2.17

Характеристика маркетингової стратегії

Складова системи	Елемент	Опис
Збутова стратегія	Тип збуту	Інтенсивного розподілу
	Методи збуту	Максимальне використання всіх каналів розподілу
	Канали збуту	Торгові посередники, оптові покупці, інтернет – платформи, наприклад Розетка та Пром.юа
Стратегія просування	Тип стратегії просування	Примушування
	Елементи КМК, що задаються	Реклама, акції в літній період
	Тип що маркетингу, застосовуються	Мотиваційний на якісний продукт

Джерело: складено автором

ТОВ «Пирятинський сирзавод» використовує диференційовану цінову стратегію. Тип покупки, обсяг товару, сезон і спосіб оплати впливають на ціну. Крім того, встановить певну шкалу можливих знижок і надбавок до середнього рівня для різних ринків, сегментів і покупців. Ця шкала враховує різні покупці, особливості розташування та характеристики ринку, час покупки, товари та їх варіанти модифікації [23].

2.6. Нормативно-правові особливості регулювання економічно-виробничої діяльності підприємства

Ринкова конкуренція (бажання зберегти завойовані позиції, зміцнити їх чи випередити інші), яка порушує список запитів та пропозицій, змінюючи позиції учасників і змушуючи їх шукати нові можливості, є основним стимулом усіх інноваційних процесів. Утвердження інноваційної моделі розвитку економіки країни

дозволяє їй залишитися конкурентоспроможною та перейти на траєкторію сталого розвитку. Отже, державна політика повинна переходити до інноваційної моделі розвитку національної економіки. Насамперед це ухвалення створення ефективного правового регулювання відносин у сфері інновацій.

Сучасна нормативно-правова база щодо науково-технічної та інноваційної діяльності складається з близько 200 документів, у тому числі законів, указів Президента, підзаконних актів у формі постанови Уряду, наказів центральних органів виконавчої влади тощо.

Крім того, законодавство про інновації в Україні включає такі елементи, як Конституція України, Господарський кодекс, Закони України «Про інноваційну діяльність», Закони України «Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні», Закони України «Про інвестиційну діяльність», Закони України «Про наукову та науково-технічну діяльність», Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інші, які встановлюють правові, економічні та організаційні основи державного регулювання інновацій в Україні, розроблені методи стимулювання інновацій і спрямовані на підтримку інноваційного розвитку економіки країни.

Конституція України створює правові передумови для державної інноваційної політики. Стаття 54 гарантує громадянам авторські права та захист інтелектуальної власності, а також свободу наукової та технічної творчості.

Крім вищезгаданих законодавчих актів, варто відзначити Концепцію науково-технічного та інноваційного розвитку України, яку Верховна Рада України схвалила 13 липня 1999 року. Концепція включає основні цілі, пріоритетні напрями та принципи державної науково-технічної політики, механізми прискореного розвитку інновацій, орієнтири структурного формування науково-технологічного потенціалу та його ресурсне забезпечення. Вона визначає основні принципи взаємодії між державою та суб'єктами науково-технічної діяльності. Ці принципи базуються на тому, що держава повинна переважно підтримувати науку, технології та інновації як фактори економічного зростання, крім культури та освіти, а також як місце реалізації інтелектуального потенціалу громадян. Концепція забезпечення періодизації

стабілізації економіки та постійного розвитку. Також слід відзначити Концепцію розвитку національної інноваційної системи схвалену розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р. Метою розвитку національної інноваційної системи є підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників за рахунок технологічної модернізації національної економіки, підвищення рівня інноваційної активності, створення способів організації та управління економічною діяльністю для вдосконалення виробництва інноваційної продукції, використання передових технологій, розвитку людського потенціалу, добробуту і забезпечення стабільного економічного зростання.

Відповідно до законодавства, державна підтримка може надаватися підприємствам усіх форм власності, які реалізують інноваційні проекти в Україні, включаючи інноваційні підприємства.

Широкий підхід до визначення інновацій означає, що інновації можуть бути в будь-якій предметній сфері діяльності людини.

Таким чином, інновація можлива як процес або кінцевий результат діяльності (інновації). Це може бути процес або кінцевий результат діяльності, наприклад, новий або вдосконалений продукт, нова послуга, яка відповідає ринковим вимогам або має соціально-економічну значущість для або технологічний процес, який суспільство використовує в практичній діяльності. Інновації прискорюють економічний розвиток і сприяють інтенсифікації суспільного виробництва.

Згідно з поточним міжнародним стандартом, зафіксованим у документах Європейської комісії, інновація розвивається як кінцевий продукт творчого процесу, який отримав втілення в новий вдосконалений технологічний процес, застосований у практичній діяльності, яка або вдосконаленої продукції новітньої продається на ринку.

Стаття 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» певною мірою виділяє вищезазначені визначення інновацій: «Інновації — це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, виробництво або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, які істотно покращують виробництво та соціальну сферу.

Інноваційна діяльність, як і базова категорія «інновація», не має однозначного визначення серед науковців, а визначення інноваційної діяльності в законодавстві України не узгоджені між собою.

Таким чином, стаття 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» визначає інноваційну діяльність як діяльність, спрямовану на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, а також створення нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Інновації, згідно зі статтею 3 Закону України «Про інвестиційну діяльність», є єдиною з форм інвестицій, які пропонуються з метою впровадження науково-технічного прогресу у виробництво та соціальну сферу, що включає: випуск і розповсюдження принципу нових видів техніки та технологій; прогресивні структурні зрушення між галузями; фінансування довгострокових науково-технічних програм, які мають великий термін окупності витрат; фінансування фундаментальних досліджень, які можуть призвести до якісних змін у стані продуктивних сил; винахід і впровадження нових ресурсощадних технологій з надання покращення соціального та екологічного стану.

Інновації розглядають діяльність у сфері господарювання, згідно з Господарським кодексом України. Він розуміє інновації як діяльність учасників господарських відносин, яка отримує за допомогою інвестицій для реалізації довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя (стаття 325).

Аграрні ноти - це новий фінансовий інструмент, який дозволяє кредитувати сільськогосподарське виробництво. При цьому відносини, які регулюються Законом «Про аграрні розписки», не підпадають під новий Закон. Традиційні паперові аграрні розписки все ще будуть використані.

Ключові переваги електронних аграрних нот:

Як не емісійний цінний папір, аграрна нота легко продається на ринках капіталу, щоб кредитор міг використати ці гроші для подальшого кредитування аграріїв за новими електронними аграрними нотами.

Закон розширює категорії суб'єктів, які можуть використовувати сільськогосподарські кооперативи для видачі електронних аграрних розписів, а також передбачає заставу, включаючи продукцію тваринництва та первинну переробку.

Спрощення та здешевлення порядку видачі, обігу та припинення електронної аграрної розписки у порівнянні з традиційними паперовими. Аграрій може самостійно створити електронну аграрну ноту, використовуючи свій особистий електронний кабінет у спеціально створеному Реєстрі аграрних нот, не заробляючи грошей на послуги нотаріуса.

Закон порушує вірогідність аграрної ноти. Якщо боржник не виконує своє зобов'язання за аграрноюнотою, кредитор може отримати виконавчий лист на відповідне стягнення, звернувшись до Реєстру аграрних нот.

Переважає документом є розширення можливих варіантів застави, в порівнянні з традиційними паперовими аграрними розписками. Це включає можливість залучення продуктів тваринного походження та живих тварин, а також продуктів їх первинної переробки, що створює умови для залучення ресурсів у тваринницькі господарства.

Закон допоможе виробникам сільськогосподарської продукції отримати ширший доступ до кредитів, також збільшить коло кредиторів, здатних фінансувати агросектор, та зменшити витрати на отримання грошей.

Стаття 40 Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, харчові продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин»

Крім того, створені чіткі процедури для проведення лабораторних досліджень (випробувань), наприклад:

- методи, які застосовуються для перевірки відповідності молока та молочної продукції затвердженим стандартам, розпочалися;
- встановлюється мінімальна кількість досліджень, які є для виявлення залишків ветеринарних препаратів та інгібіторів, щодо яких встановлено законодавчі обмеження, або у всіх, що досягають максимально допустимого рівня.

Крім того, вимоги до молока, які не відповідають вимогам цього наказу, детально описані, а також критерії придатності молока для споживання людьми.

Закон України «Про захист прав споживачів» встановлює, що споживачі, які проживають в Україні, мають ті ж права та гарантії, що й громадяни ЄС, якщо українське законодавство буде адаптовано до законодавства ЄС.

Проект закону про впровадження низки директив і законів європейського парламенту.

Крім того, документ містить:

- встановити основні принципи захисту прав споживачів відповідно до принципів ЄС;
- розширити дію Закону України «Про захист прав споживачів» у сфері харчової продукції в частині економічних прав споживачів (у разі порушення умов договору купівлі-продажу або доставки харчової продукції в інтернет-магазинах, коли ціна продажу харчової продукції випускається);
- для того, щоб уникнути дублювання контрольних функцій органів державного нагляду (контролю), сфери обслуговування, на які не поширюється дія цього Закону;
- встановити права та обов'язки споживачів в електронній торгівлі;
- розміщує список інформації про продукцію та суб'єкта господарювання, яку потрібно надавати під час електронної торгівлі, а також відповідальність за випуск такої інформації; це також несе відповідальність суб'єкта господарювання, який надає торговий електронний майданчик, також відомий як маркетплейс, на якому інші суб'єкти господарювання можуть продавати свої товари;
- надати Держпродспоживслужбі право звернутися до провайдера інтернет-послуг, щоб обмежити доступ до вебсайту суб'єктів господарювання, які пропонують нечесну підприємницьку практику та порушують законодавство про захист прав споживачів; це може включати частини вебсайт або програмне забезпечення;
- звільнити бізнес від необхідності створення обмінного фонду товарів;
- впровадити систему електронного надання суб'єктам господарювання документів, що підтверджують гарантійні зобов'язання;

- надати споживачеві право на заміну товару, якщо ремонт товару, придбаного споживачем, потребує понад чотири дні;

- надати клієнтам право на зниження ціни або повернення коштів, якщо з'явився шлюб у товарі після його ремонту тощо.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Проведена комплексна діагностика конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод» дозволила зробити такі висновки:

ТОВ «Пирятинський сирзавод», як сучасна компанія виникла з сирзаводу в Пирятині, заснованого в 1920 році. У 1952–1954 роках виробництво продукції збільшилося до 32 тонн на день. У 2005-2006 роках ЗАТ «Пирятинський сирзавод» приєдналося до холдингової компанії «Молочний альянс», яка має централізовану структуру для управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами. До складу компанії входять підприємства з виробництва сирів, цільномолочних і кисломолочних продуктів, підприємства зі збору та переробки молока та молочної продукції, а також підприємства, які надають свою продукцію як в Україні, так і за кордоном.

Загальний висновок з аналізу господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за розглянуті роки свідчить про певні зрушення і тенденції як у фінансовій, так і у виробничій сферах.

В цілому ТОВ «Пирятинський сирзавод» працював прибутково у 2020 та 2022 роках. Але через погіршення економічної ситуації в країні, переважно через впровадження карантинних обмежень та спаду ділової активності у 2021 році, виробництво значно знизилося, що призвело до чистих збитків, проте у 2022 році ТОВ «Пирятинський сирзавод» працює прибутково, поступово нарощуючи виробничі потужності та ринковий потенціал.

Загалом, підприємство демонструє ефективне управління активами, що дозволяє йому швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах. Загальний дохід підприємства значно зріс у 2022 році на 27,99% порівняно з 2021 роком.

Підприємство демонструвало значне зростання доходів у 2022 році порівняно з 2021 роком, особливо завдяки збільшенню чистого доходу від реалізації продукції та інших операційних доходів. Відсутність доходу від участі в капіталі може свідчити про відсутність інвестиційної активності в цьому напрямку.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» продовжує працювати під час вторгнення Російської Федерації на територію України, виплачуючи своїм працівникам заробітну плату та виконуючи свої обов'язки зі сплати податків та інших обов'язків. В цілому за період ТОВ «Пирятинський сирзавод» працював прибутково, лише у 2021 році зазнав збитків.

Враховуючи оцінку конкурентного потенціалу, можна зробити висновок, що ТОВ «Пирятинський сирзавод» має більше використовувати свою конкурентну силу та потенціал, щоб зменшити загрози та продовжувати розвиватися та зміцнювати свою позицію на ринку.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» використовує диференційовану цінову стратегію. Тип покупки, обсяг товару, сезон і спосіб оплати впливають на ціну. Крім того, встановіть певну шкалу можливих знижок і надбавок до середнього рівня для різних ринків, сегментів і покупців. Ця шкала враховує різні покупці, особливості розташування та характеристики ринку, час покупки, товари та їх варіанти модифікації.

Зокрема, національне інноваційне законодавство включає норми такі як: Конституція України, Господарський кодекс, Закони України «Про інноваційну діяльність», Закони України «Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні», Закони України «Про інвестиційну діяльність», Закони України «Про наукову та науково-технічну діяльність», Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інші, які встановлюють правові, економічні та організаційні основи державного регулювання інновацій в Україні, розроблені методи стимулювання інновацій і спрямовані на підтримку інноваційного розвитку економіки країни.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «ПИРЯТИНСЬКИЙ СИРЗАВОД»

3.1. Розроблення конкурентної стратегії підприємства

Виготовлення конкурентоспроможної продукції та її здатність задовольняти потреби споживачів і суспільства в цілому має значний вплив на розвиток конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності підприємства на сучасному ринку. Тому для конкурентної стратегії підприємства розглянемо у SWOT-аналіз (табл. 3.1) [10].

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз підприємства

S			W
<p>Сильні сторони:</p> <p>«Пирятинський сирзавод» відомий високою якістю своїх сирів, що відрізняються натуральними інгредієнтами та традиційними технологіями виробництва. Відомий бренд, що асоціюється з надійністю та якістю. Використання сучасного обладнання та технологій виробництва, що забезпечує високу продуктивність і стабільну якість продукції. Добре розвинена мережа дистрибуції на регіональному ринку.</p>		<p>Слабкі сторони:</p> <p>Висока собівартість виробництва через витрати на якісну сировину та енергію. Залежність від постачальників молока та інших сировинних матеріалів. Відносно вузький асортимент продукції, що може обмежувати ринкові можливості.</p>	
<p>Можливості:</p> <p>Випуск нових видів сирів, включаючи екологічно чисті продукти та продукти преміумклас. Вихід на міжнародні ринки, особливо в країни ЄС та СНД. Співпраця з великими ритейлерами та мережами ресторанів. Впровадження нових технологій для зниження витрат та покращення якості продукції.</p>		<p>Загрози:</p> <p>Зростаюча конкуренція з боку великих міжнародних брендів та місцевих виробників. Економічна нестабільність може вплинути на купівельну спроможність споживачів. Залежність від цін на молоко та інші сировинні матеріали. Зміни в законодавстві та нормативних актах можуть вплинути на виробничі процеси та витрати.</p>	
O			T

Джерело: розроблено автором

Сильні сторони «Пирятинського сирзаводу» забезпечують міцну основу для конкурентоспроможності на ринку, включаючи високу якість продукції, довіру до бренду та сучасні технології виробництва. Проте слабкі сторони у вигляді високої собівартості, залежності від постачальників та обмеженого асортименту можуть обмежувати можливості зростання.

Розширення асортименту, співпраця з великими ритейлерами, вихід на міжнародні ринки та впровадження інновацій є можливостями, за допомогою яких компанія може значно покращити свою позицію на ринку. Однак конкуренція, економічна нестабільність, цінова залежність і регуляторні зміни можуть викликати стабільність і зростання [15, с. 24].

Для ефективного використання сильних сторін та можливостей підприємству слід зосередитися на інноваціях та розширенні асортименту, а також працювати над зниженням собівартості та зміцненням стосунків з постачальниками. Збалансоване врахування загроз і слабких сторін допоможе «Пирятинському сирзаводу» підтримувати свою конкурентоспроможність і досягати стратегічних цілей.

Далі розглянемо PEST-аналіз у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

PEST-аналіз ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Економічні фактори	Інфляція впливає на витрати виробництва та ціни на продукцію. Економічна ситуація в країні впливає на можливості споживачів купувати продукцію преміумклас. Коливання курсів валют може впливати на вартість імпортованих матеріалів та обладнання.
Соціальні фактори	Зростаючий попит на здорову їжу та органічні продукти. Склад населення, що споживає продукцію, та їх купівельна спроможність. Вплив традицій та культурних особливостей на споживання сирів.
Технологічні фактори	Нові технології у виробництві можуть знизити витрати та покращити якість продукції. Впровадження автоматизованих систем може підвищити продуктивність. Використання ІТ для оптимізації логістики, управління запасами та маркетингу.

Продовження таблиці 3.2

Політичні фактори	Зміни в законодавстві щодо харчових продуктів можуть вимагати додаткових сертифікацій та стандартів. Угоди про вільну торгівлю можуть створити нові можливості для експорту. Програми підтримки агропромислового комплексу можуть надати фінансову допомогу.
-------------------	--

Джерело: розроблено автором

Формулювання цілей як довгострокових, так і короткострокових. Довгострокові цілі: вийти на європейський ринок і стати лідером ринку в Україні. Короткострокові: збільшити частку ринку на 10% протягом наступного року, додавши п'ять нових видів сиру до асортименту продукції.

Залежно від результатів аналізу можна вибрати одну з наступних стратегій:

Методика диференціації полягає в тому, щоб продукцію виділити завдяки її особливим якостям, таким як натуральність, відсутність консервантів і використання традиційних рецептів. Участь у виставках і активний маркетинг у соціальних мережах для підвищення впізнаваності бренду [16, с. 363].

Стратегія фокусування: зосереджуємося на преміумринку, де клієнти готові платити за високу якість, а ціна не є головним фактором.

Співпраця з відомими ресторанами та магазинами їжі.

Стратегія зниження витрат включає оптимізацію виробничих процесів і впровадження енергоефективних технологій. Переговори з постачальниками для отримання кращих умов закупівлі або створення власних фермерських господарств.

Приклад конкретних кроків:

Розширення асортименту: випуск нових видів сирів, які мають різні форми та смаки. Випуск товарів у новій упаковці, яка зберігає свіжість і зручність для клієнтів.

Маркетинг: залучення відомих кухарів і кулінарних блогерів для запуску інтерактивних кампаній у соціальних мережах. Дегустаційні акції в магазинах і на ярмарках.

Партнерство: укладання угод з великими супермаркетами та мережами магазинів для широкого розповсюдження. Співпраця з ресторанами та кафе для просування товарів через меню.

Інновації: придбання нового обладнання, щоб покращити процеси виробництва. Впровадження систем для автоматичного контролю якості.

3.2. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності

Важливо розробити комплексні програми, які охоплюватимуть різні аспекти діяльності «Пирятинського сирзаводу», щоб підвищити конкурентоспроможність підприємства [23].

Конкурентоспроможна продукція, яка має привабливі цінові та нецінові характеристики, забезпечує конкурентний потенціал. ТОВ «Пирятинський сирзавод» пропонує високоякісну продукцію за низькою ціною порівняно з іншими виробниками. У складі твердих сирів цього підприємства немає шкідливих харчових добавок, як у конкурентів, крім натуральних компонентів.

Підприємство запускає нову продукцію під назвою «Королівський твердий сир з журавлиною» з вмістом жиру в сухій речовині 40%, який фасується у флоупак по 160 г. Це одна з альтернативних стратегій розвитку конкурентоспроможності компанії.

Завдяки тому, що твердий сир становить більшу частину всієї продукції, яку виробляє підприємство, ми пропонуємо виробництво лише цього типу сиру. Журавіна робить смак ще більш унікальним і витонченим. Твердий сир з журавлиною - чудовий інгредієнт для пирогів і салатів, а також чудово поєднується з винами. У складі сиру є журавлина, тому він корисний як для дорослих, так і для дітей.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» виготовляє 3011 т твердих сирів на рік, при цьому потужність виробничої лінії завантажена на 70%. Це дозволяє нам

виробляти твердий сир «Королівський» з журавлиною з вмістом жиру в сухій речовині 40%, фасований у флоу-паки по 160 г.

Технологія виробництва твердого сиру з журавлиною «Королівський» схожа на технологію виробництва твердих сирів, які вже виготовляються компанією. З цієї причини можна максимально використати ресурси, які є на підприємстві [24].

Розрахуємо виробничу програму компанії. Режим роботи підприємства становить 250 робочих днів на рік.

Таблиця 3.3

Розрахунок виробничої програми твердого сиру у натуральному виразі для ТОВ «Пирятинський сирзавод»

Показник	Значення
Добова потужність, т	17,206
Коефіцієнт використання потужності	0,7
Фактичний добовий обсяг виробництва, т	12,044
Кількість діб роботи, днів	250
Річний обсяг виробленої продукції, т	3011

Джерело: розроблено автором

Твердий сир виробляється щодня 3011 тонн. У виробничій лінії коефіцієнт використання потужності становить 0,7. Таким чином, лінія може сама завантажуватися. Отже, ми пропонуємо виробництво твердого сиру з сушеною журавлиною «Королівський» з вмістом жиру в сухій речовині 40% у флоу-паках по 160 грамів (0,5 т на день). Загалом ми плануємо виробляти 125 тонн твердого сиру «Королівський» щорічно.

Для підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Пирятинський сирзавод» необхідний системний підхід, який включає аналіз поточної ситуації, розробку стратегічних цілей, розробку та впровадження конкретних програм, а також постійний моніторинг та оцінку результатів. Це дозволить компанії утримувати свою позицію на ринку та активно розвиватися та конкурувати на глобальному рівні [11].

3.3. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства

Згідно з аналізом, проведеним у другому розділі, продукція ТОВ «Пирятинський сирзавод» є конкурентоспроможною та має попит серед споживачів. Тверді та плавлені сири становлять найбільшу частку продукції компанії.

Вважаємо, що для розширення конкурентного потенціалу та забезпечення стійкої конкурентної позиції на ринку доцільно вжити наступних заходів (рис. 3.1):

1. Використання сучасних технологій, використання кращих матеріалів і сировини найвищої якості та оновлення обладнання. Нарізання твердого сиру на слайси або невеликі шматочки та фасування їх в одну упаковку, щоб розділити різні сорти сиру, є хорошою ідеєю.

2. Виготовлений продукт, який називається «Асорті», приверне увагу споживачів на полицях, оскільки він містить кілька улюблених сирів у одній упаковці. Це також стосується плавлених сирків. Зважаючи на те, що українці в середньому вживають 3-4 кг твердих сирів на рік, ця продукція буде мати високий попит [14, с. 115].

Покупці старшого покоління вважають, що ваговий сир зберігає свіжість, оскільки він не залежується на полицях. Фасований сир хороший тому, що він зберігається довго. Люди, які рухаються, також люблять брати з собою упакований сир.

3. Крім того, клієнти орієнтуються на популярність бренду. Вони оберуть більш популярний бренд, вибравши продукти з однієї цінової категорії. Наразі ТОВ «Пирятинський сирзавод» змінив логотип і дизайн упаковки, а також розпочав рекламу на телебаченні та навіть на поїздах метрополітену Києва. Хоча ми вважаємо, що патріотичний і цікавий логотип, реклама на телебаченні викликала негативні відгуки у споживачів. Реклама, яка не до вподоби споживачам і навіть дратує їх, втрачає споживачів. Таким чином, для молочного

бренду надзвичайно важливо проводити рекламні кампанії, які, навпаки, привертають увагу споживачів і мають бути дуже обережними, щоб не завдати шкоди собі.

Запропонуємо ТОВ «Пирятинський сирзавод» продовжити роботу над своєю рекламною кампанією та ефективно використовувати свій патріотичний логотип, щоб привернути увагу споживачів. Особливо це стосується того, що він може бути ефективно використаний перед патріотичними споживачами, вибравши правильний напрямок і тему [23].

4. На нашу думку, виготовлення пакетів твердого сиру для фондю є досить цікавою ідеєю. Нові клієнти, які люблять проводити час з друзями та родиною за фондю, будуть зацікавлені в цьому продукті. У відповідь на смаки клієнтів можна виготовляти різноманітні сири з різними смаками та ароматами.

Введення нових продуктів також може бути корисним. Виробництво нових продуктів необхідно, оскільки виробництво переважно твердих і плавлених сирів.



Рис. 3.1. Заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено автором

Наприклад, можна зробити дієтичний твердий сир з низьким вмістом жиру. Такий сир споживатимуть молоді люди, особливо спортсмени та ті, хто веде активний і здоровий спосіб життя.

Молоко та молочні продукти не завжди корисні для всіх. Від 37% до 70% людей мають непереносність лактози. Тим не менш, це не привід відмовлятися від улюблених молочних продуктів і молока в наш час. Харчова промисловість змогла отримати безлактозні продукти, які залишають свої корисні якості після обробки. У них все ще є білки, вітаміни та інші поживні речовини. Такі продукти зберігають життєво важливі речовини та практично не відрізняються від звичайних на смак. Сучасні технології виробництва дозволяють це зробити.

Щоб привернути увагу нових клієнтів, які люблять твердий сир, але не можуть його їсти через непереносимість лактози, ми пропонуємо виробляти твердий сир без лактози. Таким чином, існує шанс отримати більшу частку ринку [18, с. 207].

Що стосується плавлених сирків, то, оскільки у конкурента ТМ «КОМО» такий сирок дуже популярний, плавлені сирки можна виготовляти з паприкою. Крім того, сири «Пирятинського сирзаводу» будуть популярні через високу якість, але низьку ціну порівняно з конкурентами. Виготовлення шоколадних плавлених сирків також є цікавою пропозицією, оскільки це є справжньою новинкою, яка дозволить компанії охопити нові ринки та збільшити частку ринку. Такі сирки виробляються лише під брендом Ферма серед конкурентів, тому на ринку немає сильної конкуренції. Такі товари будуть популярні, особливо серед дітей.

Дорослі також будуть купувати дану продукцію, адже хто з нас не любить шоколадні продукти. Підняття цін на тверді сири є ще однією причиною створення нових видів плавлених сирків; клієнти переходять на плавлені сирки, які є більш дешевими. Крім того, розширення асортименту та різноманітність продуктів, які пропонуються під брендом «Пирятин», може призвести до підвищення попиту на товари бренду.

Що стосується твердих сирів, також можна запропонувати новинки. На основі досвіду за кордоном можна запропонувати виготовлення твердих сирів з різними добавками. Шоколад і сухофрукти хороші з твердим сиром. Твердий сир із курагою та шоколадом - це хороший варіант. Добавки дадуть цьому сиру солодкуватий смак [6, с. 130].

Сушена журавлина також може бути корисною добавкою до твердого сиру. Це чудово поєднується з твердим сиром, створюючи смак вершкового сиру з кислими нотками. Можна також запропонувати солоні закуски, наприклад твердий сир з оливками та томатами, з паприкою та зеленню тощо.

Таким чином, ТОВ «Пирятинський сирзавод» може працювати в різних напрямках, які ми запропонували, але для того, щоб обрати найкращий і найефективніший, ТОВ «Пирятинський сирзавод» повинен використовувати механізм розвитку конкурентного потенціалу. Пропонується розглянути алгоритм розвитку конкурентного потенціалу молокопереробного підприємства (див. рис. 3.2). Дотримання даного алгоритму дозволить молокопереробним підприємствам досягти своїх цілей швидко та ефективно.

Наразі програми лояльності використовуються у всіх сферах, починаючи від торгівлі та банківської справи. За словами експертів, ефективна програма лояльності може збільшити обсяг продажів до двадцяти відсотків.

Програми лояльності можуть мати багато форм. Продуктові магазини та компанії, що продають FMCG (товари швидкого споживання), найчастіше використовують програми лояльності з бонусами. Статистика показує, що такі програми працюють краще, ніж дисконтні картки, оскільки клієнти отримують бонус як реальний подарунок, що створює позитивні емоції та прив'язує їх до компанії.

З іншого боку, з огляду на високі витрати, з якими зараз стикається ТОВ «Пирятинський сирзавод», необхідно провести ретельне дослідження переваг споживачів, щоб визначити бонуси, які є бажаними, відповідають витратам споживачів і мотивують їх робити покупки в асортименті компанії.



Рис. 3.2. Алгоритм розвитку конкурентного потенціалу молокопереробного підприємства

У відділі збуту ТОВ «Пирятинський сирзавод» пропонується створити посаду менеджера з розвитку програми лояльності з метою збільшення обсягів

реалізації та підвищення лояльності споживачів і покупців до торгової марки. Протягом першого року роботи він займатиметься розробкою програм лояльності для асортиментної групи «сир твердий», яка на попередніх етапах аналізу була визначена як найбільш перспективна для ТОВ «Пирятинський сирзавод» [7, с. 131].

3.4. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства

У таблиці 3.4 показано вплив запропонованих заходів на ефективність комерційної діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод».

Таблиця 3.4

Вплив запропонованих заходів на ефективність комерційної діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод»

№	Найменування показника	Значення показника		Відхилення	
		Факт	План	Абсолютне	Темп приросту
1	Чистий дохід, тис. грн	1404740	1419325	14585,46	1,04
2	Обсяг реалізації, т	9956	10064	107,25	1,08
3	Змінні витрати, тис. грн	825690	834584	8894,09	1,08
4	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	1340406	1349300	8894,09	0,66
5	Питома собівартість, грн/кг	134,63	134,08	-0,55	-0,41
6	Валовий прибуток, тис. грн	64334	70025	5691,36	8,85
7	Рентабельність, %	4,8	5,2	0,39	
8	Витрати на збут, тис. грн	56684	57411	727,45	1,28
	зокрема:				
9	Рекламні та маркетингові витрати	27154	27260	105,65	0,39
10	Витрати на персонал	6559	7071,4	512,40	7,81
11	Інші збутові витрати	12542	12651,4	109,40	0,87
12	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	-13414	-8450	4963,92	-37,01
13	Операційна рентабельність, %	-0,95	-0,60	0,36	
14	Витратомісткість, грн/грн	0,954	0,951	-0,004	-0,37
15	Рентабельність витрат на збут, %	-23,66	-14,72	8,95	

Джерело: [23]

ТОВ «Пирятинський сирзавод» матиме можливість збільшити обсяги реалізації на 107,25 тонн (+1,08% від фактичного обсягу реалізованої продукції) за допомогою впровадження запропонованих заходів. Ця мета буде досягнута шляхом виявлення можливостей у зовнішньому середовищі (зменшення частки ринку через скорочення обсягів реалізації імпоротної продукції), вивчення потреб і розуміння споживачами цінності товарів, які реалізує підприємство, і розробки плану зміни споживчої поведінки.

Ми бачимо зростання виручки на 1,04 % на 14 845 тис. грн завдяки фізичному збільшенню обсягу реалізованої продукції. Зростання на 0,66% означає зростання собівартості реалізованої продукції на 8 894,04 тис. грн. Собівартість реалізованої продукції включає умовно постійні (не змінюються пропорційно обсягам) і змінні (залежні від обсягів). Це пояснює випереджаючий ріст виручки порівняно з собівартістю. Після цього питома собівартість скорочується на 0,41%, що призводить до збільшення валового прибутку на 5 691 тис. грн на 8,85% і зростання рентабельності виробництва на 0,39%.

Підвищення ефективності комерційної взаємодії ТОВ «Пирятинський сирзавод» з клієнтами дозволяє збільшити обсяг реалізованої продукції. Таким чином, ми спостерігаємо зростання витрат на збут на 1,28% внаслідок зростання таких компонентів, як «витрати на рекламу та маркетинг» на 0,39%, «витрати на персонал» на 7,81% та «інші збутові витрати» на 0,87%. Обмежене зростання витрат на збут було важливою умовою проектування заходів.

Зниження збитку від операційної діяльності на 4 964 тис. грн (на 37%). Збитковість операційних витрат зменшується на 0,36%, а збитковість витрат на продаж зменшується на 8,95%. Зменшується витрата на 0,37%.

Як показали розраховані показники, впровадження запропонованих рішень матиме позитивний вплив на ефективність комерційної діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» [30].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Для розробки конкурентної стратегії для «Пирятинського сирзаводу» необхідно ретельно вивчити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність компанії. SWOT-аналіз допоможе вам визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози вашої компанії.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства були розроблені програми, які охоплюють різні аспекти їхньої діяльності. Зниження витрат, підвищення якості продукції та ефективність діяльності можна досягти за допомогою програм оптимізації виробництва, розширення асортименту, маркетингу, виходу на міжнародні ринки та вдосконалення управлінських процесів.

Розширення асортименту товарів, впровадження нових технологій для зниження витрат, вихід на міжнародні ринки та зміцнення партнерства з великими ритейлерами та ресторанами є основними пропозиціями.

Як показала оцінка економічної ефективності запропонованих заходів, їх впровадження може значно підвищити прибутковість компанії, збільшити її ринкову частку та знизити витрати. Нові технології можуть зменшити витрати на виробництво, збільшити асортимент і вийти на міжнародні ринки. Маркетингові дії підвищують впізнаваність бренду та залучають нових клієнтів. Підприємство буде більш ефективним і більш конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі, якщо воно інвестує в навчання персоналу та вдосконалення управлінських процесів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства та його забезпечення встановлено, що конкурентоспроможність підприємства є ключовою економічною категорією, що відображає здатність підприємства ефективно функціонувати та досягати успіху на ринку в умовах конкуренції. Вона визначається як здатність підприємства створювати, виробляти та реалізовувати продукцію, яка задовольняє потреби споживачів краще, ніж продукція конкурентів. Висока конкурентоспроможність забезпечує підприємству стабільний розвиток, зростання ринкової частки та підвищення прибутковості.

Поняття конкурентоспроможності в сучасній економіці є вирішальним для успіху підприємств у глобальному ринковому середовищі. Уміння ефективно конкурувати із суперниками стає дорогоцінним активом для будь-якої компанії, особливо в умовах швидкої зміни технологій та зростаючої конкуренції.

Об'єктом дослідження було обрано ТОВ «Пирятинський сирзавод», який виник з сирзаводу в Пирятині, заснованого в 1920 році. У 2005-2006 роках ЗАТ «Пирятинський сирзавод» приєдналося до холдингової компанії «Молочний альянс», яка має централізовану структуру для управління фінансами, закупівлями, маркетингом, виробництвом, логістикою та продажами. До складу компанії входять підприємства з виробництва сирів, цільномолочних і кисломолочних продуктів, підприємства зі збору та переробки молока та молочної продукції, а також підприємства, які надають свою продукцію як в Україні, так і за кордоном.

Загальний висновок з аналізу господарської діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» за розглянуті роки свідчить про певні зрушення і тенденції як у фінансовій, так і у виробничій сферах.

В цілому ТОВ «Пирятинський сирзавод» працював прибутково у 2020 та 2022 роках. Загалом, підприємство демонструє ефективне управління активами, що дозволяє йому швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах. Загальний

дохід підприємства значно зріс у 2022 році на 27,99% порівняно з 2021 роком. Підприємство демонструвало значне зростання доходів у 2022 році порівняно з 2021 роком, особливо завдяки збільшенню чистого доходу від реалізації продукції та інших операційних доходів. Відсутність доходу від участі в капіталі може свідчити про відсутність інвестиційної активності в цьому напрямку.

ТОВ «Пирятинський сирзавод» використовує диференційовану цінову стратегію. Тип покупки, обсяг товару, сезон і спосіб оплати впливають на ціну. Крім того, встановіть певну шкалу можливих знижок і надбавок до середнього рівня для різних ринків, сегментів і покупців. Ця шкала враховує різні покупці, особливості розташування та характеристики ринку, час покупки, товари та їх варіанти модифікації.

У своїй діяльності ТОВ «Пирятинський сирзавод» використовує норми такі як: Конституція України, Господарський кодекс, Закони України «Про інноваційну діяльність», Закони України «Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні», Закони України «Про інвестиційну діяльність», Закони України «Про наукову та науково-технічну діяльність», Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інші, які встановлюють правові, економічні та організаційні основи державного регулювання інновацій в Україні, розроблені методи стимулювання інновацій і спрямовані на підтримку інноваційного розвитку економіки країни.

Для розробки конкурентної стратегії для «Пирятинського сирзаводу» ретельно досліджено внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємства. SWOT-аналіз допоміг визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози компанії.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства були розроблені програми, які охоплюють різні аспекти їхньої діяльності. Зниження витрат, підвищення якості продукції та ефективність діяльності можна досягти за допомогою програм оптимізації виробництва, розширення асортименту, маркетингу, виходу на міжнародні ринки та вдосконалення управлінських процесів.

Розширення асортименту товарів, впровадження нових технологій для зниження витрат, вихід на міжнародні ринки та зміцнення партнерства з великими ритейлерами та ресторанами є основними пропозиціями.

Як показала оцінка економічної ефективності запропонованих заходів, їх впровадження може значно підвищити прибутковість компанії, збільшити її ринкову частку та знизити витрати. Нові технології можуть зменшити витрати на виробництво, збільшити асортимент і вийти на міжнародні ринки. Маркетингові дії підвищують впізнаваність бренду та залучають нових клієнтів. Підприємство буде більш ефективним і більш конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі, якщо воно інвестує в навчання персоналу та вдосконалення управлінських процесів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 року. № 436 IV, станом на 01 травня 2024 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI, станом на 01 травня 2024 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
3. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 року, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>.
4. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 року № 1560-XII, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.
5. «Технічний регламент щодо правил маркування харчових продуктів»: затверджений Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010 року, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0979-12#Text>.
6. Ареф'єв С. О. Реструктуризація підприємства: підходи, сутність, складові. Менеджер. 2014. № 2. С. 129–134.
7. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134.
8. Бойко В.В., Зарічний М.Я. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. Монографія. 2023.
9. Шапурова О.О. Методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств. *Вісник ХДУ. Економічні науки*. 2018. № 31. С. 152-155.
10. Сита Є. М. Дослідження існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.96. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/98.pdf.

11. Кадирус І. Г. Конкуентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104.

12. ІНФАГРО.Зростання молочного імпорту призупинила війна. Станом на 21 квітня 2024 р. URL: <https://ukragroconsult.com/news/zrostannya-molochnogo-importu-pryzupynyla-vijna>.

13. Давидчук М.С. Економічно-правове забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. *Матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті»*, станом на 11-12 квітня 2024 р. Київ: НУХТ, 2024. Ч.3. С. 108.

14. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки (Scientific papers)*. 2017. № 1 (54). С.111-118.

15. Кирчата І.М. Розвиток конкурентного потенціалу як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства. 2015. С. 21-27. URL:[http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/piprp_2015_3\(1\)6.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/piprp_2015_3(1)6.pdf).

16. Кирчата І.М. Теоретичні засади конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 7. С. 362-366.

17. Климюк А.В., Невмержицька С.М. Управління стратегією розвитку підприємства. *Вісник Київ*. 2018. № 2 (7). С. 12-21.

18. Конкуентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с. Конкуентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення. Монографія. 2013. Атлант. 470 с.

19. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка». 2005. Львів. Компакт-ЛВ. 304 с.

20. Найбільший виробник молочної продукції в Україні скорочує асортимент, але не зупиняє виробництво. Стаття. Станом на 15 квітня 2024 р. URL: <https://latifundist.com/novosti/58481-najbilshim-virobnikom-molochnoyi-produktsiyi-v-ukrayini-skorochuye-asortiment-ale-ne-zupinyaye-virobnitstvo>.

21. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

22. Пирятинський сирзавод. Енциклопедія «Вікіпедія». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%80%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%B8%D1%80%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B4>.

23. Пояснювальна записка до магістерської кваліфікаційної роботи. Управління конкурентоспроможністю підприємств харчової промисловості в умовах нестабільності (на прикладі приватного акціонерного товариства «КАРЛСБЕРГ УКРАЇНА») 08-43.МКР.005.00.117.ПЗ від 2020 року. м. Вінниця.

24. Держспоживстандарт України. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила: ДСТУ 4518:2008, від 2008–11–01. 46 с. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0267609-08#Text>.

25. Держспоживстандарт України. Сири тверді. Загальні технічні. ДСТУ 6003:2008, від 2008–12–22. 18 с. URL : https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=73498.

26. Статут Приватного акціонерного товариства «Пирятинський сирзавод». Протокол № 1 від 30 березня 2016 року. м. Пирятин. 30 с.

27. Терещенко О. О. Діагностика фінансового стану підприємства. Ммонографія. *Видавництво КНЕУ*, 2018. 268 с.

28. Ушакова, Н. М. Економіка торговельний підприємства. Підручник. Київ.1999. 800 с.

29. Ціхановська В.М. Стан та перспективи розвитку ринку молока та молочних продуктів України. *Економіка. Управління. Інновації*. 2016. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_1_24.

30. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Навчальний посібник. КНЕУ, 1999. 384 с.

31. Low G. S. Correlates of Integrated Marketing communications. *Journal of Advertising Research*, 2000.40 No.3. P. 27-39.

32. Marcomm Wise S. Performance consequences of brand equity management: evidence from organizations in the value chain. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 12, No. 4. 2006. P 220-236.

33. Конституція України від 28.06.1996 року, № 30., станом на 01 травня 2024р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

34. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 року, № 36, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

35. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 року, № 50, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text>.

36. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000 року , № 30, станом на 01 травня 2024р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14#Text>.

37. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 року, № 29, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>.

38. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 23.12.1997 року, № 19, станом на 01 травня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

39. Давидчук М.С. Вплив наслідків війни на конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості. Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК. Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції, станом на 22-23 листопада 2023 р. Київ : НУХТ, 2023. С.73-75. URL: https://drive.google.com/file/d/12xhw-o2i_17HOloH-CukLIYhp3wwKngu/view.

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Пирятинський сирзавод» 2020-2022 рр.

<i>Актив</i>	<i>Код рядка</i>	<i>2020 рік</i>	<i>2021 рік</i>	<i>2022 рік</i>
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	0	2146	983
<i>первісна вартість</i>	1001	0	8379	8385
<i>накопичена амортизація</i>	1002	0	6233	7402
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	99195	98612	85683
<i>первісна вартість</i>	1011	303872	314951	323315
<i>знос</i>	1012	-204677	-216339	-237632
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
<i>первісна вартість</i>	1016	0	0	0
<i>знос</i>	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
<i>первісна вартість</i>	1021	0	0	0
<i>накопичена амортизація</i>	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	3846	2687	21059
Усього за розділом I	1095	103041	103445	107725
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	142425	263317	207823
<i>Виробничі запаси</i>	1101	25181	28628	49441
<i>Незавершене виробництво</i>	1102	15369	14116	3730
<i>Готова продукція</i>	1103	101529	220463	154405
<i>Товари</i>	1104	346	110	247
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0	0

Продовження Додатка А

<i>Актив</i>	<i>Код рядка</i>	<i>2020 рік</i>	<i>2021 рік</i>	<i>2022 рік</i>
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	96960	100643	156834
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	9053	17227	8006
з бюджетом	1135	13108	6814	4055
у тому числі з податку на прибуток	1136	2801	0	2801
з нарахованих доходів	1140	4	2	18
із внутрішніх розрахунків	1145	41207	92810	110861
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2765	2110	1122
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:	1165	89403	40871	113022
<i>Готівка</i>	1166	142	163	112
<i>Рахунки в банках</i>	1167	89261	40708	112910
Витрати майбутніх періодів	1170	77	93	142
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	4321	2545	4130
Усього за розділом II	1195	399323	526432	606013
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
БАЛАНС	1300	502364	629877	713738
<i>Пасив</i>	<i>Код рядка</i>	<i>2020 рік</i>	<i>2021 рік</i>	<i>2022 рік</i>
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	13350	13350	13350
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	49	28	7
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	2507	2507	2507

Продовження Додатка А

<i>Пасив</i>	<i>Код рядка</i>	<i>2020 рік</i>	<i>2021 рік</i>	<i>2022 рік</i>
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	106352	62845	175949
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	122258	78730	191813
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	89329	102921	184595
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	89329	102921	184595
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	93424	83514	62336
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	696	306	3141
за товари, роботи, послуги	1615	79426	91004	70364
за розрахунками з бюджетом	1620	1134	1077	3738
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	2392
за розрахунками зі страхування	1625	1092	1021	1464
за розрахунками з оплати праці	1630	3900	3828	5003
за одержаними авансами	1635	3590	413	444
за розрахунками з учасниками	1640	3	3	3
із внутрішніх розрахунків	1645	97363	255896	175517

Продовження Додатка А

<i>Пасив</i>	<i>Код рядка</i>	<i>2020 рік</i>	<i>2021 рік</i>	<i>2022 рік</i>
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	7386	7984	10509
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	2763	3180	4811
<i>Усього за розділом III</i>	<i>1695</i>	<i>290777</i>	<i>448226</i>	<i>337330</i>
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	<i>1700</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	<i>1800</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
БАЛАНС	<i>1900</i>	<i>502364</i>	<i>629877</i>	<i>713738</i>

Звіт про сукупний дохід ТОВ «Пирятинський сирзавод» 2020-2022 рр.

СТАТТЯ	Код рядка	2020 рік	2021 рік	2022 рік
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ				
<i>Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)</i>	2000	1371020	1404740	1753605
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-1242015	-1340406	-1526469
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	129005	64334	227136
Валовий: збиток	2095	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	19355	25298	80013
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0	0
Адміністративні витрати	2130	-18152	-18394	-20642
Витрати на збут	2150	-47107	-50276	-70542
Інші операційні витрати	2180	-18872	-34376	-55708
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток	2190	64229	0	160257
Фінансові результати від операційної діяльності: збиток	2195	0	-13414	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1306	2063	746
Інші доходи	2240	84	5031	5063
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0
Фінансові витрати	2250	-27995	-31010	-38557

Продовження Додатка Б

СТАТТЯ	Код рядка	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0
Інші витрати	2270	-22	-4927	-5086
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	37602	0	122423
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	-42257	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0	-8875
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	37602	0	113548
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	-42257	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД				
Найменування показника	Код рядка	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400			
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405			
Накопичені курсові різниці	2410			
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415			
Інший сукупний дохід	2445	-21	-21	-21
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-21	-21	-21
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455			
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-21	-21	-21
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	37581	-42278	113527
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ				
Найменування показника	Код рядка	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Матеріальні затрати	2500	0	0	0
Витрати на оплату праці	2505	0	0	0
Відрахування на соціальні заходи	2510	0	0	0
Амортизація	2515	0	0	0
Інші операційні витрати	2520	0	0	0
Разом	2550	0	0	0