Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»
Кафедра економічної кібернетики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав студент 4 курсу, групи ЕК-61а
(номер курсу) (шифр групи)
Спеціальності 051 «Економіка»
(Економічна кібернетика)
Сисоєв. В.О
(прізвище, ініціали студента)
Керівник ст. викладач, к. е. н. Койбічук В. В
(посада, науковий ступінь, прізвище, ініціали)

Суми – 2020 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра на тему

«ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

студента Сисоєва Владислава Олеговича

(прізвище, ім'я, по батькові)

Актуальність теми роботи полягає в тому, що позиція підприємства на економічній арені, рівень його фінансової стійкості та конкурентоспроможності в стрімких змінах державної сучасної політики та бізнесу відіграє визначальну роль при формуванні масштабного випуску продукції та виходу на світові ринки. Надзвичайно важливою науковою проблематикою є всебічний та комплексний розгляд показників, що дозволяють визначити поточний рівень конкурентного стану підприємства, виявлення резервів до підвищення його конкурентоспроможності, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори на мікро- та макрорівнях.

Комплексний опис діяльності підприємства можливий на основі проведення фінансово-економічного аналізу та розроблення економіко-математичних моделей конкурентоспроможності підприємства.

Метою дослідження є розвиток теоретичних основ оцінювання та аналізу діяльності підприємства з використанням методів порівняльного аналізу, портфельного аналізу, економіко-математичного моделювання для підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства.

Предметом дослідження є показники, що впливають на рівень конкурентоспроможності, моделі опису рівня конкурентоспроможності підприємства.

Задачами дослідження є: визначення та опис показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства; опис методів та етапів оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства; проведення порівняльного аналізу діяльності підприємства; розроблення концептуальної моделі конкурентоспроможності підприємства; розроблення

методичних рекомендацій до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Для досягнення поставленої мети та задач дослідження були використані такі методи дослідження: загальнонаукові методи (аналізу та синтезу), логічного аналізу (при проведенні порівняльного аналізу діяльності підприємства), структурного аналізу (при розробленні концептуальної моделі конкурентоспроможності підприємства), статистичної обробки даних, фінансово-економічного аналізу.

Інформаційною базою кваліфікаційної бакалаврської роботи є результати проходження переддипломної практики та статистичні дані щодо значень досліджуваних показників на прикладах діяльності ТОВ «Сілікатчик» та АТ «Фармак» (баланси підприємств, звіт про фінансові результати діяльності), а також обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств України та Сумського регіону з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у 2010-2018 роках (служба державної статистики України).

Основним науковим результатом кваліфікаційної бакалаврської роботи є розроблена концептуальна модель, на базі якої доцільно здійснювати всебічний аналіз для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства та виявлення резервів щодо його підвищення.

Одержані результати можуть бути використані фінансово-аналітичним відділом та керівною ланкою підприємства з метою своєї удосконалення діяльності, а також для формування стратегій підвищення рівня конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, концептуальна модель, прибуток, фінансово-економічний аналіз, фінансовий стан.

Зміст кваліфікаційної магістерської роботи викладено на 44 сторінках. Список використаних джерел із 56 найменувань, розміщений на 7 сторінках.

Робота містить 7 таблиць, 12 рисунків, а також 1 додаток, розміщений на 1 сторінці.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2020 рік.

Рік захисту роботи – 2020 рік.

Міністерство освіти і науки України

Сумський державний університет

Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»

Кафедра економічної кібернетики

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., професор
_____ О.В. Кузьменко
“__” _____2020 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА
(спеціальність 051 «Економіка («Економічна кібернетика»)»)
студенту 4 курсу, групи ЕК-61а

Сисоєву Владиславу Олеговичу
(прізвище, ім’я, по батькові студента)

1. Тема роботи Економіко-математичне моделювання підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства затверджена наказом по університету від «__»_____ 2020 року №
2. Термін подання студентом закінченої роботи «17» червня 2020 року
3. Мета бакалаврської роботи: розвиток теоретичних основ оцінювання та аналізу діяльності підприємства з використанням методів порівняльного аналізу, портфельного аналізу, економіко-математичного моделювання для підвищення рівня його конкурентоспроможності.
4. Об’єкт дослідження: конкурентоспроможність підприємства.
5. Предмет дослідження: показники, що впливають на рівень конкурентоспроможності, моделі опису рівня конкурентоспроможності підприємства.
6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах результатів проходження переддипломної практики та статистичних даних щодо значень економічних показників підприємств України.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети:

Розділ 1 Теоретичні аспекти з питань оцінювання конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах – 11 травня 2020 року

У розділі 1 необхідно визначити економічну сутність та основні параметри конкурентоспроможності продукції підприємства, розглянути методи та етапи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, здійснити аналіз показників конкурентоспроможності продукції підприємства (на прикладі ТОВ «Сілікатчик»).

Розділ 2 Розроблення методики проведення аналізу підвищення конкурентоспроможності підприємства – 9 червня 2020 року

У розділі 2 необхідно розробити концептуальну модель конкурентоспроможності підприємства, здійснити порівняльний аналіз діяльності підприємства дослідження, розробити методичні рекомендації до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

8. Консультації з роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання: «02» березня 2020 року

Керівник кваліфікаційної роботи _____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Завдання до виконання одержав _____ _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ПИТАНЬ З ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....9
1.1. Економічні аспекти та головні показники конкурентоспроможності товарів підприємства 9
1.2. Основні аспекти конкурентоспроможності підприємства..... 11
1.3 Показників конкурентоспроможності продукції підприємства на прикладі ТОВ «Сілікатчик» 17
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 21
2.1. Розроблення концептуальної моделі конкурентоспроможності підприємства..... 21
2.2. Порівняльний аналіз діяльності підприємства (на прикладі АТ«Фармак»)..... 26
2.3 Розроблення методичних рекомендацій до підвищення конкурентоспроможності підприємства..... 31
ВИСНОВКИ..... 36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 37
ДОДАТКИ 44
ДОДАТОК А 44

ВСТУП

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства та його діяльності в цілому в умовах стрімких змін соціально-політичного та економічного середовища, впровадження інноваційних цифрових бізнес-процесів усі сфери діяльності людства є надзвичайно важливою та актуальною в умовах сьогодення. Захоплення та зберіганні основних позицій – головні критерії успішності підприємства конкурентоспроможності. Особливого значення це питання постає в рамках посиленої конкурентоспроможності, коли на ринках, де виробникам товарів та продукції треба постійно слідкувати за трендами та новітнім підходам у сфері маркетингу.

Зазначена проблематика зумовила вибір теми дослідження.

Об’єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства.

Предметом дослідження є показники, що впливають на рівень конкурентоспроможності, моделі опису рівня конкурентоспроможності підприємства.

Метою дослідження є розвиток теоретичних основ оцінювання та аналізу діяльності підприємства з використанням методів порівняльного аналізу, портфельного аналізу, економіко-математичного моделювання для підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Для виконання поставленої мети та задачі в процесі наукового дослідження треба вирішити поставленні завдання:

- визначити сутність за зміст показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства;
- розглянути методи та етапи проведення оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства;
- здійснити порівняльний аналіз діяльності підприємства;
- розробити концептуальну модель конкурентоспроможності підприємства;

- розробити методичні рекомендації до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Для виконання поставленої задачі дослідження, було використано такі типи дослідження: загальнонаукові методи (аналізу та синтезу), логічного аналізу (при проведенні порівняльного аналізу діяльності підприємства), структурного аналізу (при розробленні концептуальної моделі конкурентоспроможності підприємства), статистичної обробки даних, фінансово-економічного аналізу.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних вчених в області дослідження конкурентоспроможності підприємств, економіко-математичного моделювання, мікроекономіки, фінансово-економічної теорії.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ПИТАНЬ З ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Економічні аспекти та головні показники конкурентоспроможності товарів підприємства

Висока конкурентоспроможність товару показує його здатність якісно звітувати потребам людей які його купують, порівнюючи його з схожими товарами. Конкурентоспроможність товару обирається конкретними перевагами: з однієї сторони, високим рівнем товару, його рівнем технічним, з другого боку – ціною, яка була встановлена продавцем.

Для створених основних підходів що до управління перевагами притаманна велика кількість відмін, що може відноситись не тільки "понятійного апарату", а й для постановки усіх цілей.

Також крім цього, впливають на конкурентоспроможність переваги: в гарантійному обслуговуванні, реклама, імідж [1, 2].

Достатній рівень конкурентоспроможності, вказує на адекватність виробництва та можливості його продажу . Також конкурентоспроможність продукту – це достатня якість і високий технічний рівень забезпеченості, головне те що – високий рівень запитів покупців [3]. Об'єктивна оцінка усіх видів рівнів конкурентоспроможності, буде вироблена на основі цих показників, чим користується покупець, для чого й цей товар призначений. Показники конкурентоспроможності продукту треба шукати в перевагах, наприклад в його – характеристиках.

Конкурентоспроможність товару та діяльність в цілому соціально-економічного об'єкта (компанії, підприємства, організації) відносяться між собою як одне ціле. Здатність фірм конкурувати на певному рівні, мабуть залежить від конкурентоспроможності самого продукту, та й інших сукупностей економічних методів управління [4].

Достатній вплив на рівень конкурентоспроможність підприємства мають технічний та науковий рівень, також рівень технології виробництва, використання нових відкритих технологій, використання нових технологій автоматизації [3, 5, 6]. Остаточний фактор, який вказує на відносну стабільність підприємства, – це здатність його створювати якісні товари, також можливість гарантувати успіх за рахунок вдалого продажу. Конкурентоспроможність підприємства – це є результат діяльності підприємства, та й рівень економіки, якщо він низький то це є одним з головних чинників при прогнозуванні [7].

Складним етапом є оцінка конкурентоспроможності, або іншими словами показання характеру переваги порівняно з іншими переваги. Отже, рівень переваги треба оцінювати до окремого підприємства. Якщо дотримуватись вимог а саме: “ідентичність фаз життєвого циклу” “ідентичність характеру” то рівень переваги буде оцінений як співвідношення рівня рентабельності виробництва, до цього підприємства порівняно з аналогічним показниками підприємства.

Отже, поняття про конкурентну перевагу треба зазначити як ті характеристики та властивості продукту, які роблять для підприємства певну перевагу над своїми можливими конкурентами.

Перевага може бути як зовнішньою так і внутрішньою. Зовнішня перевага ґрунтується на високому ріні товару, які створюють високу цінність для покупця, внутрішня –це перевага у витрачанні грошей, якщо підприємство витрачає на створення продукту менше грошей ніж конкурент, це є добре. Науковці в своїх роботах [1, 8] зазначають, що переваги є одним з головних проявів переваги над конкурентами, у таких сферах як економіка, технічна сфера, та організаційна сфера, які треба виміряти економічними показниками: “додатковий прибуток”, “більш висока рентабельність”, “ринкова частка”. Треба підкреслити те що, перевагу ні в якому разі не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. Мабуть й тому в практиці переваги, є однією з головних задач та результатів

господарської діяльності [5].

Отже, переваги – це являє собою результатом низької вартості товару, високої міри “диференціації товарів”, логічного розподілу ринку, та впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби покупців на ринку. До переваг також відносять “вищий рівень продуктивності праці” та кваліфікації: виробничого, звісно технічного, та комерційного персоналу; якість і технічний рівень зроблених виробів. Перевага являє собою порівняння, можемо сказати шо відносною, а не абсолютною, тому що перевага може бути оцінена тільки за допомогою порівняння їх характеристик, які звісно впливають на ефективність продажу товарів. У дослідженнях маркетингу є один вид оцінки переваг товарів, який ще іменують як “аналіз пар”. Сутність його в тому, що покупцеві дають одночасно порівняти декілька конкуруючих між собою товарів, і він може зробити свій вибір. Так можна порівнювати товари. Кількість цих конкуруючих переваг, кращий вибір з боку опитаних відображає його рейтинг товару, що є насправді результатом цього аналізу [9, 10]. Відносна величина переваги проявляється в його важливій деталі – схильність до умов та причин. Продукція, що має перевагу за ціною на одному ринку, може не мати цієї самої переваги на іншому ринку. А також навпаки, продукція, яка вже провалилася у реалізації, що відходить з ринку, через деякий час може знову мати успіх внаслідок, виходу з ринку головного конкурента, зміни курсу валют, інфляції, та успішно проведеної рекламної агітації. Підсумовуючи все вище перераховане, перевага будь-якого підприємства універсальною не може бути.

1.2. Основні аспекти конкурентоспроможності підприємства

Науковці Бойко В.В. [11], Березін О.В. [12] пропонують визначати напрямки оцінювання конкурентоспроможності товару у різних підприємств, що структуровані за напрямками:

– структура та зміст цієї системи, є забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

– основні етапи оцінювання конкурентоспроможності товару це: “підхід до значного підвищення рівня якості й конкурентоспроможності товару”.

– оцінювання конкурентоспроможності персоналу в межах окремого підприємства та напрямку являє собою: “системний аналіз” та підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Відомо, що сукупність властивостей товару, що входять до складу якості, турбуючи покупця, і є визначником конкурентоспроможності товару [6, 13, 14].

Узагальнену схему оцінювання конкурентоспроможності підприємства запропонуємо навести на рис. 1.1.

Аналіз доцільно починати з оцінки параметрів. Якщо один з параметрів не відповідає, що регулюються дійсними нормами, тоді оцінка конкурентоспроможності товару – неможлива. Потім здійснюються розрахунок показників. Далі розраховується показник “інтегральний”, що використовується для оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Рисунок 1.1. – Графічне зображення конкурентоспроможності підприємства

Висновки оцінювання конкурентоспроможності підприємства використовуються для формування висновку про неї, Також – для вибору шляхів оптимального зростання конкурентоспроможності товару.

Список термінів та параметрів, які використовують при оцінці конкурентоспроможності підприємства, входить дві групи – параметрів якості: ”технічних” та “економічні параметри” (рис. 1.2).

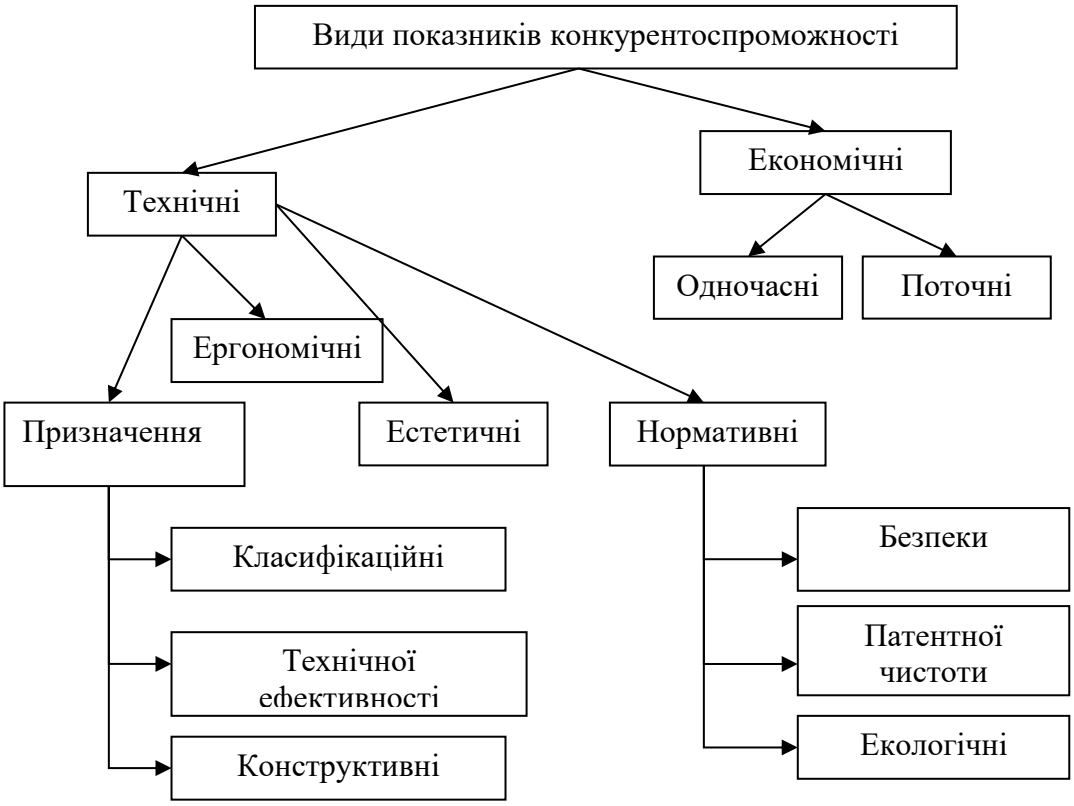

Рис. 1.2. Перелік видів показників, що використовуються при оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства

Результатом оцінювання конкурентоспроможності товару є такі рішення [15, 16]: заміна складу, створення нового порядку проектування товару; заміна цін на товари, ціни на ремонт та обслуговування, зміна порядку реалізації товару на самому ринку.

Слід визначити, що від вибору бази, великою мірою буде залежить результат оцінки конкурентоспроможності, та прийняті у подальшому рішення. Вибір бази включає в себе: оцінку конкурентоспроможності товару; знаходження ринків для збуту своїх товарів; аналіз в якому стані ринки [17].

Які бувають типи баз для порівняння:

1. Бажання споживачів : Основні параметри потреб споживачів, оцінювання продукції яка конкурує;

2. Необхідна величина коричного ефекту товару для споживача, а також сума грошей, які споживач витрачає на придбання і споживання товару;

3. Копія – який використовується, якщо оцінюваний товар відомого бренду й на ринку існують його аналоги. Товар – це копія яка моделює потребу споживача.

4. Гіпотетична копія зображує середнє значення параметрів. Застосовується, тоді коли інформації з конкретної копії-аналогу недостатньо. Де-факто мова йде про аналіз потреби, ця оцінка не повинна розглядатися як конкретна, бо вона повинна уточнюватись;

Параметри аналізованого товару оцінюють за допомогою параметрів бази порівняння.

Диференціальний метод оцінювання конкурентоспроможності заснований на використанні одиничних параметрів аналізованої продукції й бази порівняння та їхньому зіставленні [16].

Запропонуємо наступну інтерпретацію отриманих:

(оцінюванняя за нормативними параметрами, показник має мати тільки два значення – 1 або 2). Якщо продукція яка аналізується відповідає всім нормам, показник дорівнює 1, якщо параметр не входить в ці рамки, то показник буде дорівнює 2;

– при перевірці за його технічним та економічним параметром, показник має бути більший або дорівнювати 1.

Диференційний метод дає нам можливість констатувати факт конкурентоспроможності продукції та наявність в ній недоліків [18]. Він також може використовуватися на майже всіх етапах існування продукції. Також не враховується впливу на споживача.

Показник інтегральної конкурентоспроможності І – це ефективності об’єкту: фірми, підприємства, продукту. на конкретному ринку і в конкретних умовах його функціонування [3], [19]::

$$I_{конк} = \frac{К_{спож}}{К_{екон}} \rightarrow max \quad (1.1)$$

К $_{споживче}$ – зображено показник споживчої цінності.

$$К_{спож} = \sum_{j} r_j \cdot k_j \quad (1.2)$$

де r $_{jj}$ – коефіцієнт вагомості значення jj-го параметру

$$К_j = \frac{П_{факт\ j}}{П_{етал\ j}} \quad (1.3)$$

К $_{еконономічне}$ – індекс рівня загальних витрат

$$К_{екон} = \sum_{a} r_a \cdot k_a \quad (1.4)$$

R $_a$ – коефіцієнт економічних параметрів

$$К_a = \frac{В_{факт\ a}}{В_{етал\ a}} \quad (1.5)$$

Отже, проведений аналіз дозволив виокремити найсуттєвіші фактори конкурентоспроможності об’єктів.

1.3 Показників конкурентоспроможності продукції підприємства на прикладі ТОВ «Сілікатчик»

ТОВ «Сілікатчик» м. Дніпро є виробником будівельних матеріалів цегла, блоки, силікатна цегла, газо блок, деревина, будівельний пластик

Проведення аналізу економічного та фін стану підприємства, проводиться на звітах самого підприємства [21]:

Результат проведеного аналізу приведено на рис. 1.3 – 1.4 приведенні результати нашого аналізу, динаміка росту балансу та зміни в динаміці статей формування прибутковості ТОВ «СІЛІКАТЧИК» за 2016–2019 роки, виконані за алгоритмами роботи.

Зображення аналізу на (рис. 1.3 – 1.4) починаючи з 2016–2019 роки:

Кількість валютного запасу ТОВ «СІЛІКАТЧИК» зросла з 3,450 млн грн. у 2016 році до 4,680 млн грн. у 2019 році, також темп росту було зазначено на показнику в 12,26% у 2017 році, 4,86% у 2018 році та 13,20% у 2019 році.

Оборот власних грошей на рахунку ТОВ «СІЛІКАТЧИК» виросли з 2,843 млн грн у 2016 році до 3,897 млн грн у 2019 році, також темп приросту показав наступні показники 7,46% у 2008 році, 11,92% у 2018 році та 12,27% у 2019 році;

– Оборот чистої виручки від успішного збуту товару ТОВ «СІЛІКАТЧИК» виросли з показника 5,416 млн грн у 2016 році до 10,711 млн грн у 2019, також приріст становив 15,80% у 2017 році, 28,4% у 2018 році та 33,5% у 2019 році;

Кількість чистого заробітку після оподаткування компанії ТОВ «СІЛІКАТЧИК» зросли з рівня 0,331 млн грн у 2016 році до 0,477 млн грн у 2019 році.

Головним кроком аналізу фінансового середовища підприємства є порівняння темпу приросту активів з темпом приросту фінансових результатів.

Система розвитку підприємства у практиці «золоте правило економіки підприємства» оцінюється як співвідношенням темпу росту абсолютних рівнів балансового прибутку ($Т^{РБ}$), обсягу реалізованої продукції ($Т^{Н}$) та суми грошового балансу ($Т^{В}$) [22]:

$$Т^{РБ} > Т^{Н} > Т^{В} > 100\% \quad (1.6)$$

Як показує вищенаведений результат, ТОВ «СІЛІКАТЧИК»: у 2017 році відношення «золотого правила» не виходить виконувати, тому що темп росту валютного балансу та темп росту чистих доходів від продажу товарів перевищує темп падіння чистого прибутку.

У 2017(темп росту) 41,40 % > +15,80% > +12,30% > 0%.

У 2018 році співвідношення «золотого правила» вже починає виконуватись, тому що темп росту прибутку перевищує темп росту валютного балансу та темп росту чистих доходів відпродажу товарів.

2018 (темп росту) – +79,27% > +28,23 % > +4,78% > 0%

У 2019 роках співвідношення «золотого правила» виконуються, бо темп приросту прибутку значно перевищує темп приросту валютного балансу та темп приросту чистих доходів від реалізації продукції.

2019 – +37,5% > +33,5% > +15,31% > 0%

Отже, система розвитку підприємства ТОВ «СІЛІКАТЧИК» має бути охарактеризована за результатами розрахунків 2016–2019 років як добре підготовлена система, що до конкурентоспроможності.

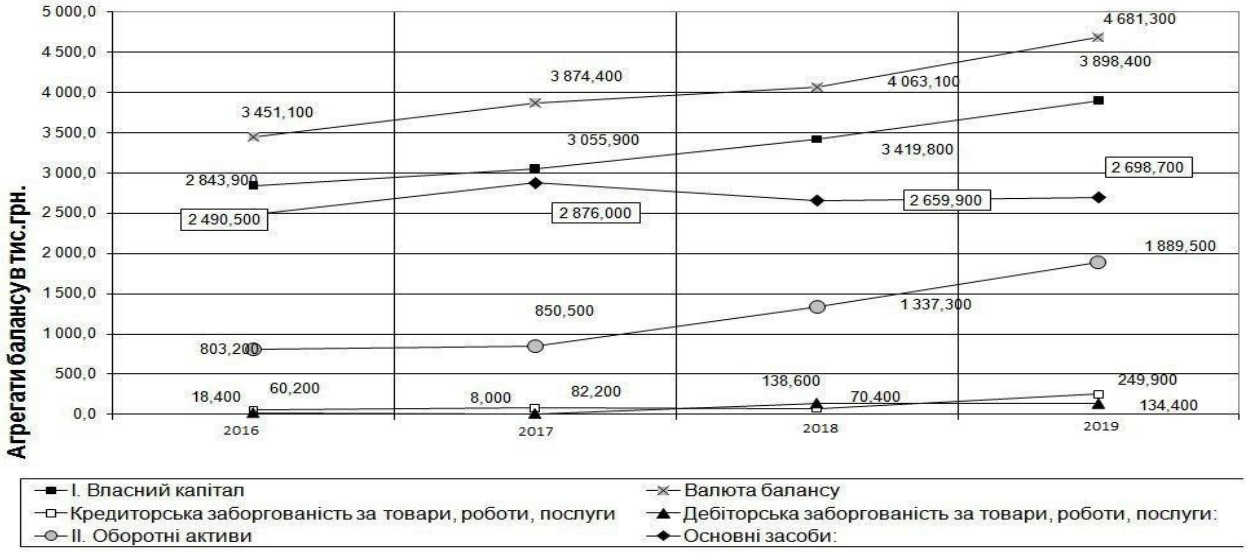

Рисунок 1.3. Показники змінних обсягів балансу ТОВ «СІЛІКАТЧИК» у 2016–2019 роках

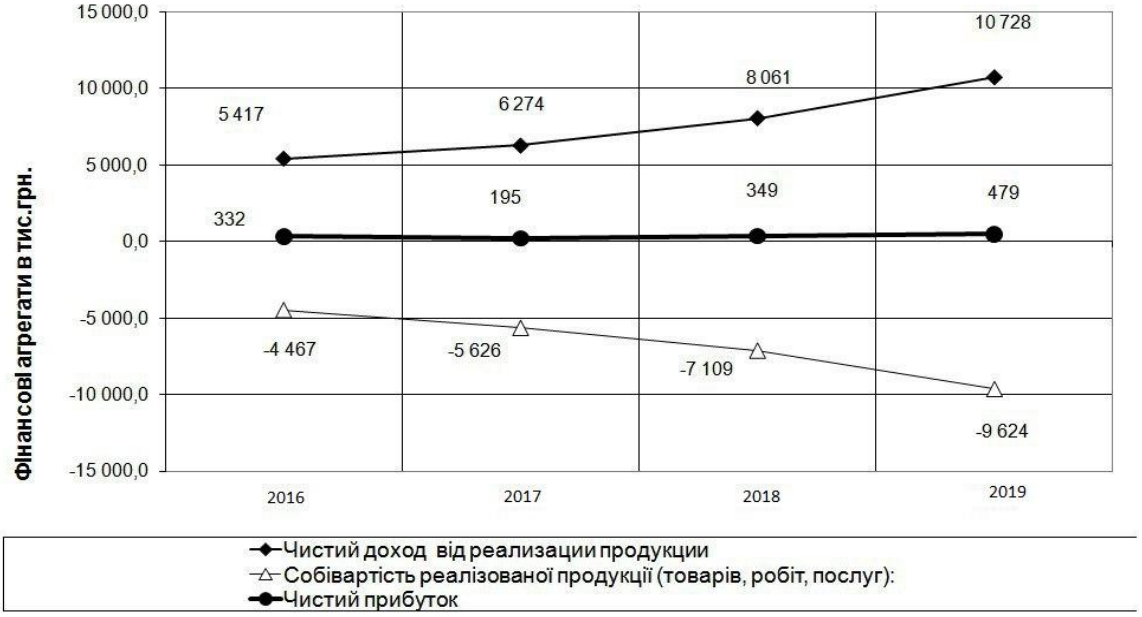

Рисунок 1.4. Показники доходів, витрат,прибутку ТОВ «СІЛІКАТЧИК» у 2016–2019 роках

Демонструючи аналіз даних, тенденція структури витрат в собівартості виробництва продукції ТОВ «СІЛІКАЧИК» у 2016–2019 роках характеризується [21]:

– підвищенням матеріальних витрат з рівня 47,6% у 2016 році до рівня

51,4% у 2019 році;

– Зростання частини витрат на оплату праці з рівня 17,9% (12,79%+4,96%) у 2016 році до рівня 17,77% (12,85%+4,90%) у 2019 році.

Тенденція показника ліквідності та фінансової стабільності ТОВ «СІЛІКАТЧИК» у 2016–2019 роках визначаються:

– Гострий дефіцит готівкових коштів, та відповідними значеннями коефіцієнта моментальної ліквідності зазначено на рівні 0,052 у 2016 році – 0,022 відповідно у 2018 році, при нормальному значенні не менше 0,26 – 0,31 та різким підвищенням коефіцієнта моментальної ліквідності до рівня 0,310 у 2019 році, що відповідає діапазону стійких рівнів показника;

Отже, проведена нами економічна діагностика фінансового стану підприємства ТОВ «СІЛІКАТЧИК» за результатами діяльності за 2016–2019 роки показує, те що основною проблемою фінансового стану підприємства є наступні параметри :

- достатньо ризиковий низький рівень строкової ліквідності, що може створити проблеми з платоспроможністю та в свою чергу проблеми своєчасності розрахунків з кредиторами;

- небезпечними джерелами покриття щойно придбаних виробничих запасів, що приводить до їх надмірного об’єму;

- повна відсутність короткострокових позик в банківських установах, що розвантажує зобов’язання підприємства, та дає більш вільно себе почувати.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Розроблення концептуальної моделі конкурентоспроможності підприємства

Відомо, що головними завданнями аналізу фінансових результатів підприємства є проведення систематичного контролю за виконанням планів одержання прибутку; виявлення факторів формування показників прибутку та розрахунки їхнього впливу; вивчення напрямків і тенденцій розподілу прибутку; виявлення резервів збільшення прибутку.

Джерелами аналітичної інформації є матеріали маркетингових досліджень, звіти рейтингових агенцій, бізнес-план підприємства, плани економічного розвитку (інвестиційний план), план виробництва, фінансовий план (розрахунок доходів та витрат), форми бухгалтерської звітності № 1 «Баланс підприємства», № 2 «Звіт про фінансові результати» [23].

Структурно-логічну схему формування прибутку підприємства відповідно до положень і стандартів бухгалтерського обліку наведено на рисунку 2.1

Концептуальною основою для визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства та в цілому всіх показників, що її формують, є сучасні положення економічної, фінансової та управлінської теорії, зокрема базові положення теорії конкуренції, конкурентних переваг, сучасні концепції стратегічного бізнес-менеджменту.

Концептуальне моделювання соціально-економічного об’єкту (підприємства) полягає у формуванні його структури, визначенні найсуттєвіших рис та властивостей, дослідженні взаємозв’язків між його елементами (в тому числі характеристика можливих станів елементів та

співвідношень між ними), визначенні гіпотез щодо подальшого розвитку факторів та системи показників, які характеризують позиціонування та подальший розвиток соціально-економічного об’єкту.

Рисунок 2.1 – Структурно-логічна схема формування прибутку підприємства

На основі проведеного детального аналізу наукових праць дослідників-теоретиків, дослідників-практиків [24-27] щодо характеристики та визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» вважаємо за доцільне представити її трьома складними ознаками, які ієрархічно подаються частинними показниками (рис. 2. 2.).

Крім того, слід зазначити, що в процесі аналізу фінансових ресурсів підприємства використовується системний підхід до оцінювання економічних показників як в статиці, так і в динаміці.

З метою підвищення якості управління та рівня конкурентоспроможності вивчаються причини зміни економічних показників, виявлення та дослідження взаємозв’язків між фінансовими ресурсами.

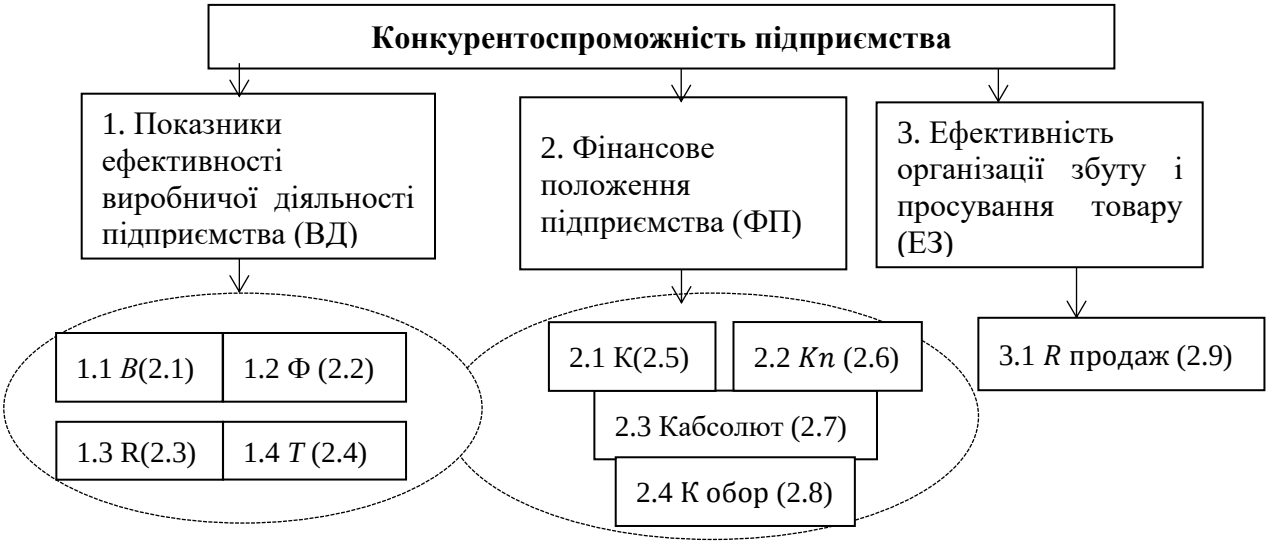

Рисунок 2.2 – Концептуальна схема конкурентоспроможності підприємства (Примітки: 1.1. – показник витрат на одиницю продукції (формула розрахунку 2.1), 1.2 – фондовіддача (формула розрахунку 2.2), 1.3. – рентабельність продукції (формула розрахунку 2.3), 1.4 – показник продуктивності праці (формула розрахунку 2.4); 2.1 – коефіцієнт автономії (формула розрахунку 2.5), 2.2 – коефіцієнт платоспроможності (формула розрахунку 2.6), 2.3 – коефіцієнт абсолютної ліквідності (формула розрахунку 2.7), 2.4 – коефіцієнт оборотності обігових коштів (формула розрахунку 2.8); 3.1 – коефіцієнт оборотності обігових коштів (формула розрахунку 2.9))

Показник витрат на одиницю продукції (В) – відображає ефективність витрат при випуску продукції [1, 6]:

$$\text{В} = \frac{\text{Валові витрати}}{\text{Обсяг випуску продукції}} \qquad (2.1)$$

Фондовіддача (Ф) – характеризує ефективність, використання виробничих фондів:

$$\Ф = \frac{\text{Обсяг випуску продукції}}{\text{Середньорічна вартість основних засобів}} \qquad (2.2)$$

Рентабельність продукції (R) – характеризує ступінь прибутковості продукції.

$$R = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Собівартість продукції}} \quad (2.3)$$

Показник продуктивності праці (T) – відображає ступінь організації виробництва та використання робочої сили:

$$T = \frac{\text{Обсяг випуску продукції}}{\text{Середньооблікова}} \quad (2.4)$$

Коефіцієнт автономії – характеризує незалежність, підприємства від зовнішніх джерел фінансування (K):

$$\text{К} = \frac{\text{Власні засоби}}{\text{Загальна сума джерел фінансування}} \quad (2.5)$$

Коефіцієнт платоспроможності (Kn) – відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та визначає ймовірність банкрутства:

$$Kn = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Загальні зобовязання}} \quad (2.6)$$

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (К абсолют) – показує якісний склад засобів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань:

$$\text{К абсолют} = \frac{\text{Грошові кошти} + \text{поточні фінансові інвестиції}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (2.7)$$

Коефіцієнт оборотності обігових коштів (К обор) – показує ефективність використання обігових коштів:

$$\text{К обор} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічний залишок обігових коштів}} \quad (2.8)$$

Рентабельність продажів (R продаж) – характеризує прибутковість, роботи підприємства на ринку:

$$R \text{ продаж} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Обсяг продажу}} \quad (2.9)$$

Найбільш впливовими значущими показниками, що характеризують рівень конкурентоспроможності підприємства, крім показників, що зазначені вище, є такі показники: ділової активності, загальної вартості фінансових ресурсів, інтенсивності руху фінансових ресурсів, фінансових ризиків за видами фінансових ресурсів, вартості власних фінансових ресурсів в цілому та за їх складовими; вартості зобов'язань в цілому та за їх складовими, показники структури кредиторської заборгованості за термінами погашення.

Отже, загальну концептуальну модель конкурентоспроможності підприємства запропонуємо представити у вигляді рис. 2.3

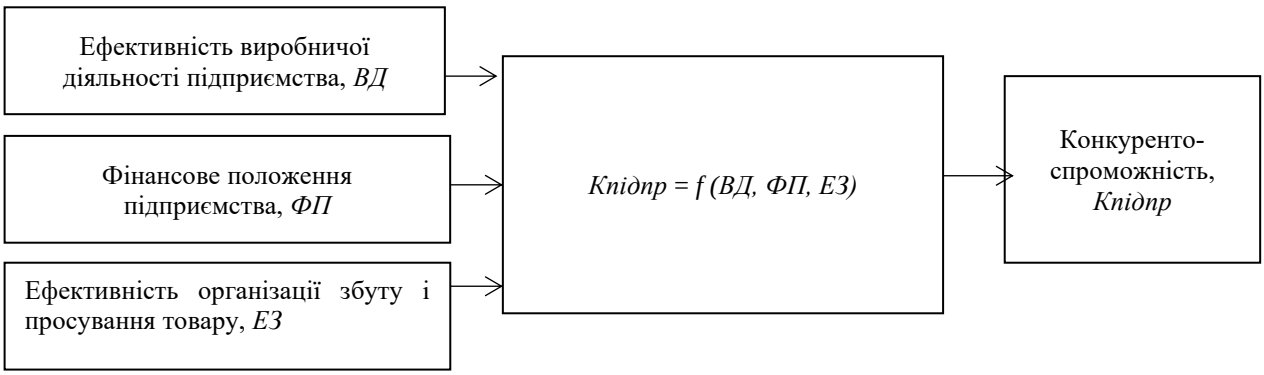

Рисунок 2.3 – Концептуальна модель впливу показників діяльності підприємства на підвищення конкурентоспроможності в контексті прибуткової діяльності

2.2 . Порівняльний аналіз діяльності підприємства (на прикладі АТ«Фармак»)

Базою наукового дослідження було обрано фармацевтичну компанію АТ«Фармак».

АТ «Фармак» – українська фармацевтична компанія, одна з найдавніших фармацевтичних компаній України, яка спеціалізується на виробництві: ліків, хімічних речовин, реагентів, тощо [28]. В межах проведеного дослідженні з метою визначення можливостей підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства будемо використовувати показники, що наведені в таблиці 2.1. Аналізований період – 2017-2019 роки.

Таблиця 2.1 – Базові показники для проведення аналізу конкурентоспроможності підприємства

Назва змінної, що характеризує показник	Назва показника
ВВ	Валові витрати
ОВП	Обсяг випуску продукції
ВВР	Виручка від реалізації
СВОЗ	Вартість основних засобів
П	Прибуток
СТ	Собівартість товару
СЧ	Середньооблікова численність
ВЗ	Власні засоби
ЗСДФ	Загальна сума джерел фінансування
ВК	Власний капітал+
ЗЗ	Загальні фінансові зобов’язання
ГК+ПФІ	Грошові кошти + поточні фінансові інвестиції
ПЗ	Поточні зобов’язання
СЗОК	Середньорічний залишок обігових ко
ОП	Обсяг продажу

Фінансові результати діяльності АТ «Фармак» за досліджуваний період наведено на рис 2.4

Рік	2017	2018	2019
ВВ	219619	86635	64548
ОВП	398524	451655	730139
СВОЗ	427435	310182	734756
П	1100022	1050206	1055689
СТ	110456	158237	71662
СЧ	55045	27064	30899
ВЗ	1045633	1230457	1104567
ЗСДФ	98098	100452	72987
ВК	4456789	4283261	5,219,237
ЗЗ	1345234	1,413,579	1,232,288
ГК+ПФІ	53947+20472	109969+40970	165486+1092
ПЗ	3280	15080	18810
ВВР	5676654	6618911	6541750
СЗОК	505789	409567	367890
ОП	44678	56734	77890

Рисунок 2.4 – Кількісна характеристика досліджуваних змінних, тис. грн.

Використовуючи формули для розрахунку (2.1-2.9) та дані розрахунку, знесемо результати до таблиці 2.4

Таблиця 2.2 – Результати розрахунків

Показник	Формула Розрахунку	Рік		
		2017	2018	2019
1.Показник витрат на одиницю продукції	(Обсяг випуску продукції)/(валові витрати)	1,8	5,2	11,3
2. Фондовіддача	(Обсяг випуску продукції)/(вартість основних засобів)	0,9	1,45	0,99
3. Рентабельність продукції	Прибуток/(Собівартість продукції)	9,95	9,5	14,7
4. Показник продуктивності праці	(Обсяг випуску продукції)/Середньооблікова	7,2	16,6	23,6
5.Коефіцієнт автономії	(Власні засоби)/(Загальна сума джерел фінансування)	10,6	12,2	15,1
6.Коефіцієнт платоспроможності	(Власний капітал)/(Загальні зобовязання)	3,3	3	4,2
7.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	(Грошові кошти+поточні фінансові інвестиції)/(Поточні зобов'язання)	22,6	10	8,8
8.Коефіцієнт оборотності обігових коштів	(Виручка від реалізації)/(Середньорічний залишок обігових коштів)	11,2	16,1	17,7
9.Рентабельність продаж	Прибуток/(Обсяг продажу)	24,6	18,5	13,5

Згідно отриманих результатів, рекомендується звернути увагу на такі показники як: «Рентабельность продаж» та «Коефіцієнт абсолютної ліквідності»

Рентабельність продажу у період 2017-2019 роках показує згідно отриманих розрахунків, негативну динаміку.

У 2017 році показник складав 24,6 відсотки. У 2018 році вже 18,5 що на 6,1 менше ніж попередній. А у 2019 році взагалі на 5 та 11,1 відповідно, показник зафіксовано на позначці 13,5 відсотки.

Як ми бачимо з кожним роком, рентабельність продажу падає, це є дуже не безпечно для підприємства, тим що підприємство менше отримує грошей.

Для того щоб покращити цей показник слід покращити обсяг «Прибутку» та «Обсяг продажу».

Щоб покращити рівень конкурентоспроможності треба звернути увагу на «Рентабельність продажу», якщо підприємство покращить цей показник, воно матиме змогу більше заробляти грошей, та інвестувати нові гроші для отримання додаткового прибутку.

Аналогічна ситуація складеться з показником «Коефіцієнт абсолютної ліквідності». Він також показує негативну динаміку. У 2017 році показник становив 22,6 відсотки. У 2018 році вже 10 відсотків, різниця с попереднім роком 12,6 відсотків. У 2019 році зовсім рекордно малих 8,8 відсотки.

Таким чином, в межах проведеного дослідження рекомендовано керівництву підприємства та фінансово-аналітичного відділу здійснити більш детальний аналіз зазначених показників, враховуючи фактори впливу зовнішнього середовища.

Наступним кроком дослідження здійснимо проведення аналізу щодо значень обсягів продажів реалізованої продукції підприємствами України та підприємств Сумської області у 2010-2018 роках.

Інформаційною базою дослідження є статистична звітність підприємств, що обліковується державною службою статистики України [29]. Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у Сумському регіоні та по Україні 2010-2018 роках (тис. грн) наведно на рис. 2.5-2.6.

	великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства
2010	7972153,6	11530033,7	5730681,7	1891436,3
2011	13025939,6	13115279,1	6909286,4	2040268,2
2012	14537539,7	14177773,2	8046441,2	2588553,7
2013	12770196,8	14159306,0	7614868,1	2349008,4
2014	12361669,1	18928759,9	8844158,5	2640656,9
2015	14297069,9	32092193,1	13986498,3	4243767,8
2016	13368948,3	40169609,5	16657938,0	4850999,1
2017	14340267,5	51237770,3	21085257	6394615,2
2018	18893701,6	62026829,0	23704150,0	7715146,5

Рисунок 2.5 – Статистична звітність щодо обсягів продажів підприємств Сумського регіону [29]

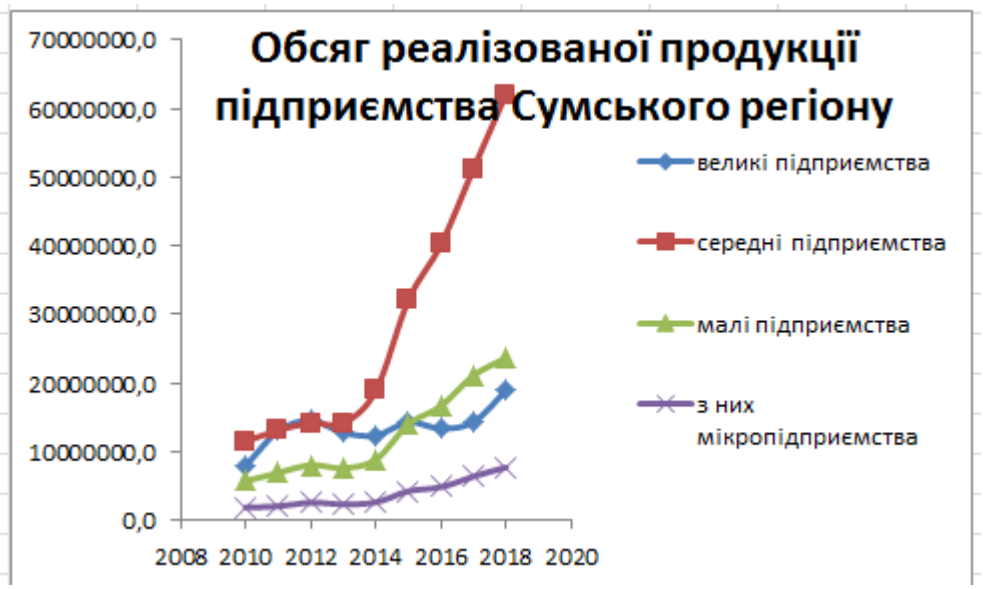

Рисунок 2.6 – Порівняння обсягів продажів підприємств Сумського регіону

Аналізуючи результати рис. 2.6, можна сказати що, на першому місці по Сумському регіону лідирує по обсягу реалізованої продукції, середні підприємства, за ними слідом йдуть малі підприємства, великі, та мікро підприємства.

Далі розглянемо статистику щодо обсягів продажів підприємств України (рис. 2.7 – 2.8).

	великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства
2010	1401596806	1396364330,7	568267116,1	181903069,0
2011	1775829049,7	1607627972,7	607782417,1	189799125,8
2012	1761086007,6	1769430163,0	672653401,9	212651212,8
2013	1717391283,6	1662565183,9	670258503,3	216111376,9
2014	1742507894,5	1723151531,3	705000480,5	230729330,9
2015	2053189492,2	2168764822,1	937112825,6	307449974,9
2016	2391454263,0	2668695707,4	1177385243,1	361784020,8
2017	2929516585,0	3296417896,8	1482000737,0	497777058,4
2018	3515839460,5	3924059641,2	1766150444,0	599625562,6

Рисунок 2.7 – Статистична звітність щодо обсягів продажів підприємств України [29]

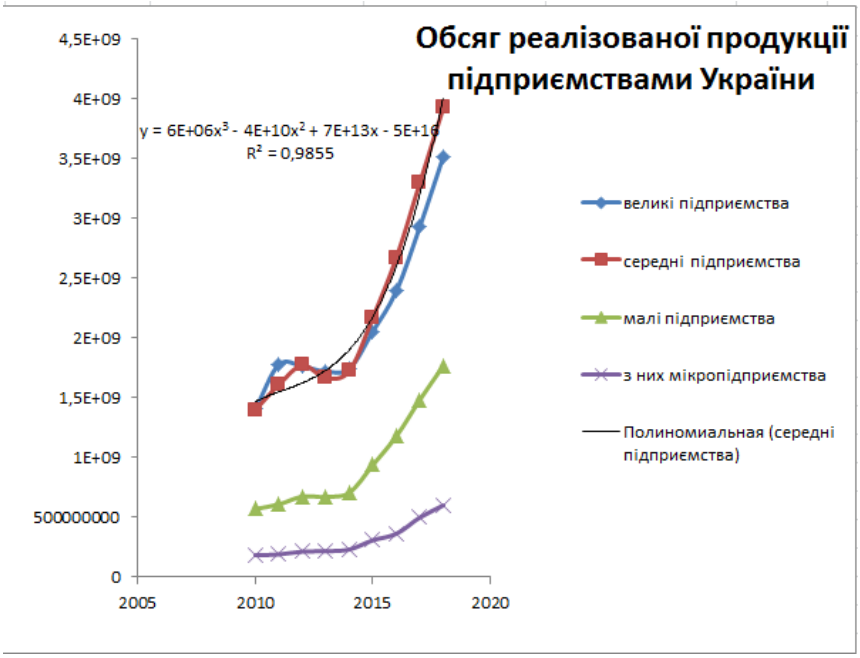

Рисунок 2.8 – Порівняння обсягів продажів підприємств України

Як бачимо з рис. 2.8 в межах країни обсяги реалізації продукції на першому місці знову знаходяться середні підприємства, далі йдуть великі підприємства, слідом малі та мікропідприємства відповідно.

Проте, в межах Сумського регіону найкраще здійснюють реалізації своєї продукції підприємства середнього рівня підприємства. Тому для всебічного аналізу рекомендовано проводити дослідження в розрізі конкретних регіонів.

2.3 Розроблення методичних рекомендацій до підвищення конкурентоспроможності підприємства

Оцінювання фінансового стану юридичних осіб здійснюють методом обчислення базового інтегрального показника фінансового стану. Методику обчислення визначає концептуальні засади для проведення підприємствами оцінювання фінансового стану метою визначення їх кредитоспроможності. Значення інтегрального показника фінансового стану є результатом застосування дискримінантної функції, незалежними змінними в якій є окремі фінансові коефіцієнти, що характеризують різні параметри фінансового стану позичальника [30-40].

Узагальнюючи проведене дослідження запропонуємо здійснювати обчислення проміжних показників для оцінювання фінансового стану підприємств (табл. 2.3). Моделі розрахунку значення інтегрального показника наведено в таблиці 2.4 [41-56].

Таблиця 2.3 – Розрахування фінансових коефіцієнтів, використовуваних для розрахування інтегрального показника фінансового стану підприємства

Фінансовий коефіцієнт	Формула розрахування	Алгоритм розрахування для великого або середнього підприємства	Значення коефіцієнта	
			Попередній період	Звітний період
1	2	3	4	5
1. K_1 – коефіцієнт покриття (ліквідність третього ступеня)	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	ф. 1 р. 1195 гр. 4 / ф. 1 р. 1695 гр. 4		
2. К2 – проміжний коефіцієнт покриття	Монетарні оборотні активи. / Поточні зобов'язання	ф. 1 р.1125 + р. 1160 + р. 1165 гр. 4-ф. 1 р. 1695 гр. 4		
3. К3 – коефіцієнт фінансової незалежності	А Власний капітал (актив). / Валюта балансу (пасив)	ф. 1 р. 1495 гр. 4 / ф. 1 р. 1900 гр. 4		

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5
4. K_4 – коефіцієнт покриття необо-ротних активів власним капіталом	А Власний капітал (актив). Необоротні активи	ф. 1 р. 1495 гр. 4 ф. 1 р. 1095 гр. 4		
5. K_5 – коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Чистий прибуток/збиток Інвестований власний капітал	А ф. 2 р. 2350 (р. 2355) гр. 3 пф. 1 [(р. 1400 + р. 1405 + р. 1410 + р. 1420 – р. 1425 – р. 1430 гр. 3) + (р. 1400 + р. 1405 + р. 1410 + р. 1420 – р. 1425 – р.1430 гр. 4)] :2		
6. K_6 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності (EBIT)	Фінансові результати від операційної діяльності (EBIT) п Чиста виручка від реалізації	ф. 2 р. 2190 (р. 2195) гр. 3 ф. 2 р. 2000 гр. 3		
7. K_7 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності (EBITDA)	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування фінансових витрат та нарахування амортизації (EBITDA) а Чиста виручка від реалізації + інші операційні доходи	ф. 2 р. 2350 (р. 2355) + р.2515 + р. 2300 + р. 2250 гр. 3 ф. 2 р. 2000+р. 2120 гр. 3		
8. K_8 – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком	Чистий прибуток (збиток) Валюта балансу (актив)	ф. 2 р. 2350 (р. 2355) гр. 3 ф. 1 р. 1300 (гр. 3 + гр. 4):2		
9. K_9 – коефіцієнт оборотності оборотних активів	Чиста виручка від реалізації п Оборотні активи	А ф. 2 р. 2000 гр. 3 т ф. 1 р. 1195 (гр. 3 + гр. 4):2		
10. K_{10} – коефіцієнт оборотності позичкового капіталу за фінансовими результатами від звичайної діяльності (EBITDA)	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування фінансових витрат та нарахування амортизації (EBITDA) д Довгострокові та поточні зобов'язання	ф. 2 р. 2350 (р. 2355) + р. 2515 + р. 2300 + р. 2250 гр. 3 іф. 1 р. 1595 + р. 1695 гр. 4		

Таблиця 2.4 – Моделі розрахування значення інтегрального показника підприємства

№ пор.	Групи видів економічної діяльності	Моделі	Значення показника	
			Попередній період	Звітний період
1	Сільське господарство, мисливство, лісове господарство, рибальство, рибництво	$Z = 1,3 \times K_3 + 0,03 \times K_4 + 0,001 \times K_5 + + 0,61 \times K_6 + 0,75 \times K_7 + 2,5 \times K_8 + 0,04 \times \times K_9 - 0,2$		
2	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	$Z = 0,035 \times K_1 + 0,04 \times K_2 + 2,7 \times K_3 + + 0,1 \times K_6 + 1,1 \times K_7 + 1,2 \times K_8 + \times 0,05 \times K_9 - 0,8$		
3	Переробна промисловість	$Z=0,95\times K_3+0,03\times K_4+1,1\times K_6+1,4\times K_7+ +3,1\times K_8+0,04\times K_9+0,03\times K_{10}-0,45$		
4	Переробна промисловість та добувна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	$Z = 0,025 \times K_1 + 1,9 \times K_3 + 0,45 \times K_6 + + 1,5 \times K_8 + 0,03 \times K_9 - 0,5$		
5	Будівництво	$Z = 0,02 \times K_1 + 1,7 \times K_3 + 0,01 \times K_4 + + 0,3 \times K_6 + 0,4 \times K_7 + 2,9 \times K_8 - 0,1$		
6	Оптова та роздрібна торгівля, діяльність готелів та ресторанів	$Z = 1,03 \times K_3 + 0,001 \times K_4 + 0,16 \times K_6 + + 0,6 \times K_7 + 2,9 \times K_8 + 0,08 \times K_9 - 0,14$		
7	Транспорт та зв'язок	$Z = 0,07 \times K_2 + 1,27 \times K_3 + 0,32 \times K_6 + + 1,98 \times K_8 + 0,04 \times K_9 + 0,04 \times K_{10} - 0,15$		
8	Фінансові послуги	$Z = 0,025 \times K_1 + 2,7 \times K_3 + 0,005 \times K_4 + + 0,13 \times K_7 + 2,4 \times K_8 - 0,93$		
9	Інші послуги та операції (крім фінансових)	$Z = 0,03 \times K_1 + 0,9 \times K_3 + 0,01 \times K_4 + + 0,002 \times K_5 + 0,15 \times K_6 + 0,5 \times K_7 + + 2,9 \times K_8 - 0,05$		

Залежно від значення інтегрального показника визначається клас підприємства (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Визначення належності до класу підприємства

№ пор.	Клас 1	Клас 2	Клас 3	Клас 4	Клас 5	Клас 6	Клас 7	Клас 8	Клас 9
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	> +1,25	Від +1,25 до +0,81	Від +0,80 до +0,60	Від +0,59 до +0,35	Від +0,34 до +0,05	Від +0,04 до –0,25	Від –0,26 до –0,70	Від –0,71 до –3,20	< –3,20

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	> +1,35	Від +1,35 до +0,71	Від +0,70 до +0,35	Від +0,34 до 0,00	Від –0,01 до –0,36	Від –0,37 до –0,70	Від –0,71 до –1,20	Від –1,21 до –3,50	< –3,50
3	> +1,35	Від +1,35 до +0,81	Від +0,80 до +0,51	Від +0,50 до +0,17	Від +0,16 до –0,20	Від –0,21 до –0,50	Від –0,51 до –1,04	Від –1,05 до –3,70	< –3,70
4	> +1,35	Від +1,35 до +0,80	Від +0,79 до +0,51	Від +0,50 до +0,04	Від +0,03 до –0,40	Від –0,41 до –0,75	Від –0,76 до –1,34	Від –1,35 до –4,70	< –4,70
5	> +0,60	Від +0,60 до +0,07	Від +0,06 до –0,15	Від –0,16 до –0,40	Від –0,41 до –0,67	Від –0,68 до –0,90	Від –0,91 до –1,30	Від –1,31 до –3,80	< –3,80
6	> +1,50	Від +1,50 до +0,91	Від +0,90 до +0,62	Від +0,61 до +0,16	Від +0,15 до –0,27	Від –0,28 до –0,60	Від –0,61 до –1,20	Від –1,21 до –4,70	< –4,70
7	>+1,55	Від +0,75 до +0,35	Від +1,00 до +0,76	Від +0,75 до 0,35	Від +0,34 до –0,05	Від –0,06 до –0,37	Від –0,38 до –0,95	Від –0,96 до –3,50	< –3,50
8	> +2,00	Від +2,00 до +1,20	Від +1,19 до +0,95	Від +0,94 до +0,52	Від +0,51 до +0,10	Від +0,09 до –0,25	Від –0,26 до –0,83	Від –0,84 до –4,20	< –4,20
9	> +1,15	Від +1,15 до +0,70	Від +0,69 до +0,45	Від +0,44 до +0,09	Від +0,08 до –0,26	Від –0,27 до –0,55	Від –0,56 до –1,10	Від –1,11 до –3,30	< –3,30

Характеристика класу подано в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – Характеристика класів підприємств

№ з/п	Рейтингова шкала НБУ	Оцінка
1	2	3
1	Клас 1	Найвищий рівень спроможності виконувати зобов'язання та найменша ймовірність дефолту
2	Клас 2	Вище середнього рівень спроможності виконувати зобов'язання, однак існують окремі недоліки в економічному розвитку
3	Клас 3	Спекулятивні вкладення. Помірна здатність до виконання зобов'язань
4	Клас 4	Високий рівень залежності від актуальних тенденцій економічного розвитку
6	Клас 6	Високий спекулятивний рівень. Небезпека припинення виконання зобов'язань та дефолту
7	Клас 7	Високий спекулятивний рівень. Висока ймовірність дефолту
8	Клас 8	Дуже високий спекулятивний рівень

Узагальнення результатів аналізу, що здійснені на основі значень

таблиць 2.5.- 2.6 рекомендовано звести до таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Результати оцінювання фінансового стану підприємства

№ пор.	Групи видів економічної діяльності	Клас		
		Попередній період	Звітний період	Зміна
1	2	3	4	5
1	Сільське господарство, мисливство, лісове господарство, рибальство, рибництво			
2	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів			
3	Переробна промисловість			
4	Переробна промисловість та добувна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води			
5	Будівництво			
6	Оптова та роздрібна торгівля, діяльність готелів та ресторанів			
7	Транспорт та зв’язок			
8	Фінансові послуги			
9	Інші послуги та операції (крім фінансових)			

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження було здійснено детальний аналіз показників, що дозволяють визначити поточне значення конкурентоспроможності підприємства та виявити резерви для його підвищення. Визначено та обґрунтовано вибір основних показників, як з метою проведення аналізу конкурентоспроможності продукції підприємства, так і визначення рівня його конкурентоспроможності в цілому в залежності від класу належності до видів економічної діяльності.

Розроблено концептуальну модель конкурентоспроможності підприємства, що дозволить керівництву підприємства при її використанні здійснити відповідний аналіз значень фінансових показників для підвищення ефективності діяльності.

В дослідженні проведено детальний аналіз значень фінансово-економічних показників підприємств України, їх інтерпретація.

Узагальнення базових принципів та методів оцінювання конкурентоспроможності можуть бути використані для обґрунтування прийнятих рішень при комплексному вивченні ринку й виборі напрямів комерційної діяльності підприємства, розробленні заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В межах подальшого дослідження рекомендовано розробити чіткі та нечіткі регресійні моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Янковець Т. М. Теоретичні аспекти розвитку підприємств у сучасних умовах / Т. М. Янковець, Ю. А. Нагорна // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Збірник наукових праць. – Київ. – 2015. – № 2 (85). – С. 108-113.
2. Kobushko, I., Jula, O., Kolesnyk, M. (2017). Improvement of the mechanism of innovative development of small and medium-sized enterprises. SocioEconomic Challenges, 1(1), 60-67. Doi: 10.21272/sec.2017.1-07
3. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підруч. / З. Є. Шершньова. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
5. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року №436-IV (діє з 01.01.2004) // Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 9 січня 2007 року №549-V, ОВУ, 2007 р., №8, ст. 276
6. Конкурентоспроможність підприємства : конспект лекцій для студентів ден. форми навчання, які навчаються за напрямом підгот. 8.03050401 – Економіка підприємства / Нар. укр. акад. ; [каф. економіки підприємства ; авт.-упоряд. О. Є. Басманова]. – Харків : Вид-во НУА, 2015. – 52 с.
7. Narayanan, B. G., Kadasala, N. R., Achari, L. V. N., Sahoo, S. (2017). International trade policies and sustainability of nano-textiles. SocioEconomic Challenges, 1(2), 27-33. Doi: 10.21272/sec.1(2).27-33.2017.
8. Obidjon, G. Zakharkin, O., Zakharkina, L. (2017). Research of innovation activity influence on return of stocks in industrial enterprises. SocioEconomic Challenges, 1(2), 80-102. DOI: 10.21272/sec.1(2).80-102.2017.

9. . Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посібник / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І. В. Балабанова; М-во освіти і науки України, Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – К.: Професіонал, 2009. – 256 с.
10. Nguedie, Y. H. N. (2018). Corruption, Investment and Economic Growth in Developing Countries: A Panel Smooth Transition Regression Approach. *SocioEconomic Challenges, 2*(1), 63-68. DOI: 10.21272/sec.2(1).63-68.2018
11. Бойко В.В. Економіка підприємства України: Навч. Посібник / В. В. Бойко. – 4-е вид., перероб. і доп. – Д.: Національний гірничий університет, 2008. – 551 с.
12. Березін О.В. Економіка підприємства: навч. посібник / О.В. Березін, Л.М. Березіна, Н.В. Бутенко. – К.: Знання, 2009. – 390 с.
13. Palienko, M., Lyulyov, O. (2018). The Impact of Social Factors on Macroeconomic Stability: Empirical Evidence for Ukraine and European Union Countries. *SocioEconomic Challenges, 2*(1), 103-116. DOI: 10.21272/sec.2(1).103-116.2018
14. Vidic, F. (2018). Entrepreneurial Orientation and Knowledge Creation and Their Impact on Company Performance. SocioEconomic Challenges, 3(2), 37-48. DOI: 10.21272/sec.3(2).37-48.2018
15. Shafi, S. (2018). Employees' Self-Cultural Integration Through Cultural Intelligence: A Case Of Finnish Firm. SocioEconomic Challenges, 4(2), 32-43. DOI: http://doi.org/10.21272/sec.2(4).32-43.2018
16. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посібник / М.М. Бердар; М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 350 с.
17. Meresa, M., Kidanemariam, Haftu (2019). Factors Determining the Success of Small and Medium Enterprises in Tigray region: the Case of selected town Hintalo Wejerat Wereda. SocioEconomic Challenges, 3(1), 72-89. http://doi.org/10.21272/sec.3(1).72-89.2019.

18. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посібник / Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с.
19. Бригхэм, Юджин Ф. Финансовый менеджмент / Юджин Ф. Бригхэм, Майкл С. Эрхардт; [пер. с англ. Е. Бугаевой, А. Колос; под ред. Е.А. Дорофеева]. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 960 с.
20. Ван Хорн, Джеймс К.С. Основы финансового менеджмента / Джеймс С. Ван Хорн, Джон М. Вахович, мл.; [пер. с англ. О.Л. Пелявского; под ред. А.А. Старостиной]. – М.: Вильямс, 2010. – 1225 с.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» // Наказ Мі-ністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. №87 (Із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України станом від 18 березня 2011 року №372).
21. ТОВ С «Силікатчик». URL: http://www.ukr-prom.com/firm-2243/.
22. Balas, A.N., Kaya, H.D. (2019). The Global Economic Crisis And Retailers' Security Concerns: The Trends. *SocioEconomic Challenges, 3*(2), 5-14. http://doi.org/10.21272/sec.3(2).5-14.2019.
23. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» // Наказ Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. №87 (Із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів Укра-їни станом від 18 березня 2011 року №372).
24. Пономаренко В. С. Багатовимірний аналіз соціально-економічних систем : навчальний посібник / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець. – Харків : ХНЕУ, 2009. –384 с.
25. Zwerenz, D. (2019). Racism In Germany And The Global Consequences For Premium Brands. *SocioEconomic Challenges, 3*(2), 54-62. http://doi.org/10.21272/sec.3(2).54-62.2019.

26. Kaya, H.D. (2019). Government Support, Entrepreneurial Activity and Firm Growth. *SocioEconomic Challenges*, *3*(3), 5-12. http://doi.org/10.21272/sec.3(3).5-12.2019.
27. AUgbaka, M., Awujola, A., Shcherbyna, T. (2019). Economic Development, Foreign Aid and Poverty Reduction: Paradigm in Nigeria. *SocioEconomic Challenges*, *3*(4), 5-12. http://doi.org/10.21272/sec.3(4).5-12.2019.
28. Прозоре ведення бізнесу – запорука успіху компанії. Режим доступу : https://farmak.ua/ru/financial-statements-and-information-about-the-company-ru/.
29. Державна служба статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
30. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навчальний посібник для студ. вищих навч. закладів/ П.В. Круш, С.О. Тульчинська, Р.В. Тульчинський, С.О. Кириченко. – Київ: ЦУЛ, 2008. – 206 с.
31. Войчак А. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / Войчак А., Камишніков Р. // Моніторинг на Україні. – 2005. – №2. с. 50–53.
32. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – Київ, Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
33. Saima, T. (2019). Geopolitics of International Relations, Ethnic Polarization and Internal Conflict: A Case for Pakistan. *SocioEconomic Challenges*, *3*(4), 25-38. http://doi.org/10.21272/sec.3(4).25-38.2019.
34. Goncharenko, T., Lopa L. (2020). Balance Between Risk And Profit In The Context Of Strategic Management: The Case Of Ukrainian Banks. *SocioEconomic Challenges*, *4*(1), 111-121. http://doi.org/10.21272/sec.4(1).111-121.2020.

35. Дєєва Н.М., Дедіков О.І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. для студ. ВНЗ / Дніпропетровська держ. фінансова академія. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 328 с.
36. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник/ І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
37. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник/ А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Київ: Знання, 2007. – 1072 с.
38. Pavlyk, V. (2020). Institutional Determinants Of Assessing Energy Efficiency Gaps In The National Economy. *SocioEconomic Challenges*, *4*(1), 122-128. http://doi.org/10.21272/sec.4(1).122-128.2020.
39. N. S. M. Ahmad, Mr. R. Ah. A. Atniesha. (2018). The Pecking Order Theory and Start-up Financing of Small and Medium Enterprises: Insight into Available Literature in the Libyan Context. Financial Markets, Institutions and Risks, 2(4), 5-12. DOI: http://doi.org/10.21272/fmir.2(4).5-12.2018
40. Економіка підприємства: підручник / М.Г. Грещак, В.М. Колот, О.Г. Мендрул, О. І. Олексюк [та ін]; за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Вид. 4-те, переробл. і доповн. – К.: КНЕУ, 2009. – 816 с.
41. Методичні вказівки до лабораторних робіт із дисципліни "Бізнес-аналітика та прийняття рішень ": для студ. спец. 051 "Економіка" освітньої програми "Економічна кібернетика" освітнього ступеня магістра денної форми навчання / С. М. Братушка, В. В. Койбічук.. – Суми : СумДУ, 2020. – 50 с.
42. Економіка підприємства: підручник / [Й.М. Петрович, А.Ф. Кіт, Г.М. Захарчин, Г. І. Кіндрацька та ін.]; за заг. ред. Й.М. Петровича. – 2-ге вид., виправл. – Львів: Магнолія плюс: Піча В.М., 2006. – 579 с.

43. Економічний аналіз: навч. посібник / [М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.]; за ред. М.Г. Чумаченка; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – 3-тє вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2007. – 560 с.

44. Musa H., Musova Z., Sliacky P. (2017). Financial Support to Small and Medium-Sized Enterprises in Slovakia. Financial Markets, Institutions and Risks, 1(4), 47-52. DOI: 10.21272/fmir.1(4).47-52.2017

45. Singh, S.N. (2019). Impact of Value Added Tax on Business Enterprises: A Case of Mettu Town. Financial Markets, Institutions and Risks, 3(4), 62-73. http://doi.org/10.21272/fmir.3(4).62-73.2019.

46. Економіка підприємства: навч. посібник / [П.В. Круш, В. І. Подвігіна, Б.М. Сердюк та ін.; за заг. ред. П.В. Круша та ін.]; М-во освіти і науки України. – 2-ге вид., стер. – К.: Ельга-Н: КНТ, 2009. – 780 с.

47. Пуцентейло П.Р.Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції / інноваційна економіка. 2015. № 4 (59). с. 80-86.

48. Al. K. Chakrawal, P. Goyal. (2018). Performance Measurement and Management in Public Enterprises in India: A Case Study of NTPC. Financial Markets, Institutions and Risks, 2(3), 28-37. DOI: 10.21272/fmir.2(3).28-37.2018.

49. Trifu, A. (2019). The Leadership’s Fairness and Social Skills − the Very Foundation of the Management and Functionality of an Entity. Business Ethics and Leadership, 3(3), 19-24. http://doi.org/10.21272/bel.3(3).19-24.2019.

50. Малярець Л. М. Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства / Л. М. Малярець, Л. О. Норік. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009.– 215 с.

51. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник / О.С. Іванілов; М-во освіти і науки України, Харківський держ. техн. ун-т будівництва та архітектури. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

52. Кравчук О.М. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва: навч. посібник / О.М. Кравчук, В.П. Лещук. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 503 с.
53. Leśniewski, M.A. (2019). Humanistic – Behavioral – Cultural Competitive Advantage of the Enterprises – Concept Models. Business Ethics and Leadership, 3(1), 34-43. http://doi.org/10.21272/bel.3(1). 34-43.2019
54. Zakutniaia, A., Hayriyan, A. (2017). Transparency as competitive advantage of innovation driven companies. Business Ethics and Leadership, 1(1), 46-54. Doi: 10.21272/bel.2017.1-06
55. Tofan, C. A. (2017). The Process of Communication in Decision-Making. Business Ethics and Leadership, 1(3), 36-44. DOI: 10.21272/bel.1(3).36-44.2017.
56. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент: підручник / Г.О. Крамаренко, О. Є. Чорна; Дніпропетровський ун-т економіки та права. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.

Додатки

Додаток А

SUMMARY

Sysoev V.O Economic – Economic and mathematical modeling of increasing the level of the enterprise’s competitiveness. – Bachelor's thesis. Sumy State University, Sumy, 2020.

The paper carries out economic and mathematical modeling of increasing the level of enterprise's competitiveness.

The primary purpose of this study is to develop the theoretical foundations of evaluation and analysis of the enterprise using the methods of comparative analysis, portfolio analysis, economic and mathematical modeling to increase its competitiveness.

Keywords: competitiveness of the enterprise, conceptual model, profit, financial and economic analysis, financial condition.

АНОТАЦІЯ

Сисоєв В.О. Економічно - математичне моделювання підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. - кваліфікаційна робота бакалавра. Сумський державний університет, Суми, 2020 рік.

В роботі здійснюється економічно-математичне моделювання підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Основна мета цього дослідження – розвиток теоретичних основ оцінювання та аналізу діяльності підприємства з використанням методів порівняльного аналізу, портфельного аналізу, економіко-математичного моделювання для підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, концептуальна модель, прибуток, фінансово-економічний аналіз, фінансовий стан.