

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Економічний факультет
Кафедра підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

НА ТЕМУ

**«Підвищення ефективності ведення бізнесу через
формування конкурентних переваг»**

Виконав: студент 2 курсу,
групи ПТБД ст-21
Спеціальності
076 Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність
Фатула Руслан Володимирович

Керівник
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів
Левандівський Омелян Тарасович

Рецензент
д.е.н., проф. завідувач кафедри
економічної кібернетики
Дмитришин Леся Ігорівна

Івано-Франківськ – 2024

Зміст

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТИНХ ПЕРЕВАГ	
1.1 Економічний зміст поняття «ефективності».....	6
1.2 Суть поняття «конкурентні переваги».....	13
1.3 Критерії оцінки конкурентних переваг ведення бізнесу	19
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТИНХ ПЕРЕВАГ	26
2.1 Оцінка ефективності ведення бізнесу на ТОВ «АВТОСТАРТ»	26
2.2 Вплив інновацій на ведення бізнесу та конкурентоспроможність	33
2.3 Напрямки формування конкурентних переваг	39
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ТОВ «АВТОСТАРТ».....	43
3.1 Аналіз факторів формування конкурентних переваг.....	43
3.2 Розроблення програми удосконалення формування конкурентних переваг	50
3.3 Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю.....	54
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ НА ТОВ «АВТОСТАРТ»	63
4.1 Охорона праці у товаристві	63
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Актуальність теми. Україна стикається з високою конкуренцією та непередбачуваністю економічної ситуації через російську агресію та наслідки пандемії. Ця ситуація вимагає підвищення ефективності діяльності транспортних підприємств для їхнього стійкого розвитку та конкурентоспроможності. Однією з ключових проблем, які постають перед підприємствами в умовах такої нестабільності, є досягнення та підтримання необхідного рівня ефективності. Це вимагає подальшого наукового дослідження концепції ефективності ведення бізнесу.

Україна має потенціал для вражаючого економічного зростання та можливості для включення до числа передових країн світу. Однак, кожен рік приносить з собою зменшення цього потенціалу та перспектив через недостатню увагу до формування правильного курсу розвитку в напрямку ринкових відносин та конкурентної економіки. Конкуренція може виступати як важливий стимул для економічного зростання, спроможний подолати основну проблему українських підприємств – їх внутрішньо-організаційну неефективність.

Питання підвищення ефективності ведення бізнесу через формування конкурентних переваг опрацьовано багатьма авторами, а зокрема: В.Д. Базилевича, О.М. Біляк, Дж. Блека, Я.А. Жаліла, А.А. Костусева, В.О. Літвінова, В.І. Лямець, Т.С. Морщенок, В.Я. Нусінова, П.А. Орлова, Л.І. Піддубної, В.С. Пономаренка, Б.А. Райзберга, С.К. Реверчука, В.П. Соловійова, Ю.П. Сурміна, А.Д. Тевяшева, А.М. Турило, А.Г. Темченко, Г.М. Филюк, В. В. Щербатюк, та ін. Хоча багато вчених, які працюють в цій області, вже розглядали теоретичні аспекти ефективності діяльності підприємств, наявне знання потребує подальших досліджень, зокрема в аспекті уточнення та систематизації основних характеристик цього поняття.

Однак, незважаючи на обширну кількість наукових досліджень, питання визначення ефективності як економічної категорії залишається недостатньо дослідженим, відкритим для обговорення та дискусійним. Це поле потребує подальшого вивчення та уточнення.

Мета і завдання дослідження. Метою даного дослідження є уточнення економічного змісту поняття "ефективність діяльності підприємства" та систематизація його основних характеристик. Для досягнення цієї мети були визначені такі наукові завдання:

- розкрити сутність ефективності діяльності підприємств;
- проаналізувати різні наукові підходи до поняття ефективності та досягнення конкурентних переваг;
- уточнити визначення поняття "ефективність діяльності підприємства" шляхом врахування основних характеристик досліджуваної дефініції та залежності ефективності від усіх ресурсів та резервів;
- виокремити принципи формування конкурентних переваг бізнесу;
- дослідити вплив інновацій на ведення бізнесу та конкурентоспроможність;
- окреслити напрямки формування конкурентних переваг;
- здійснити аналіз факторів формування конкурентних переваг;
- розробити програми удосконалення формування конкурентних переваг;
- обґрунтувати напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю.

Об'єктом дослідження є напрямки ведення бізнесу на підставі конкурентних переваг на ТОВ «АВТОСТАРТ».

Предметом дослідження є сукупність взаємозв'язків і відносин у системі організаційно-економічного механізму для підтримки екологічно орієнтованої конкурентоспроможності підприємства охоплює різноманітні аспекти.

У ході дослідження використовувалися різноманітні методи. Зокрема, метод систематизації застосовувався для аналізу концепцій підприємства та його складових, методи дедукції та аналогій використовувалися для формування моделі підприємства як відкритої системи, а порівняльний метод допомагав у аналізі та узагальненні теоретичних засад поняття "конкурентоспроможність підприємства". Також використовувалися абстрактно-логічний метод, нормативний метод, метод формалізації, системний аналіз, метод декомпозиції та інші.

Інформаційну базу дослідження складають законодавчі акти України, внутрішня документація підприємства, офіційна статистична інформація, наукові джерела та дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, а також матеріали, опубліковані в Інтернеті.

Для вирішення цих завдань були використані різні методи дослідження, такі як історичний аналіз, абстрактно-логічний аналіз, порівняльний аналіз, аналогії, системний підхід та теоретичне узагальнення.

Структура і обсяг. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить 70 сторінок комп'ютерного тексту, містить 9 таблиць, 3 рисунків, додатки. Список використаних джерел 54 найменування та розміщений на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТИНХ ПЕРЕВАГ

1.1 Економічний зміст поняття «ефективності»

Після аналізу наукових публікацій стає очевидним, що досі немає однозначного визначення ефективності діяльності підприємства, незважаючи на різноманітні погляди науковців щодо цього поняття.

Визначення ефективності завжди визначалося близько до поняття результативності та оцінює результати діяльності підприємства, що є основою для його оцінки, конкурентоспроможності та характеристики.

Ефективність є загальною економічною категорією у суспільно-економічних утвореннях і виражає взаємозв'язок між кінцевими результатами виробництва (ефектом) та загальними витратами виробництва.

На сучасному етапі розвитку відносин ефективність стає ключовою категорією в економічній та організаційній науці та практиці, тому визначення її сутності та змісту набуває великого значення. В табличному вигляді (див. табл. 1) подано різні погляди вчених щодо поняття "ефективність".

Аналізуючи різні погляди вчених на поняття ефективності, можна побачити, що кожен з них має власний підхід до цього поняття.

Андрійчук В. Г. визначає ефективність як співвідношення між витратами ресурсів та обсягами вироблених товарів або послуг. Він також підкреслює зв'язок ефективності з витратами ресурсів [1].

Базилевич В. Д. у своєму визначенні ефективності звертає увагу на можливість представлення ресурсів у формі їх первісної вартості (використані ресурси) або у вигляді витрат (ресурси, використані у виробництві) [2]. Його підхід підкреслює важливість кожного елемента витрат ресурсів у загальній ефективності виробництва, а також розширює визначення ефективності на

розрахунок співвідношення результатів та витрат у вартісній і натуральній формах.

Таблиця 1.1

Характеристика поняття "ефективність"

Ефективність це	Автор і джерело
Ефективність – це економічна категорія, що відображає співвідношення між отриманими результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами	Базилевич В.Д. [2, с. 75]
Ефективність – досягнення будь-яких визначених результатів з мінімально можливими витратами	Воскобійник Ю.П., Шпикуляк О.Г. [3, с. 142]
Ефективність – це співвідношення результату (ефекту) з витратами, що викликали цей ефект.	Жнякіна Б. О., Краснова В. В. [48]
Ефективність – це не просто властивість операції (процесу роботи системи), що відображається в її здатності давати певний ефект, а дієвість такої здатності, тобто результативність, співвіднесена з ресурсними витратами	Лямець В. І., Тевяшев А. Д. [5, с. 211]
Ефективність є результативність, тобто результат діяльності (ефект), який отримує суспільство, підприємство на одиницю використаних (чи застосованих) ресурсів	Нусінов В. Я., Турило А. М., Темченко А. Г. [6, с. 121]
Ефективність – співвідношення результату або ефекту будь-якої діяльності й витрат, пов'язаних з її виконанням. Причому це може бути як співвідношення результату і витрат, так і співвідношення витрат і результатів діяльності	Орлов П. А. [7, с. 360]
Ефективність є співвідношенням між витратами ресурсів і виробленими в результаті їх використання обсягів товарів чи послуг	Андрійчук В. Г. [1, с. 54]
Ефективність – це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат	Мочерний С. В. [8, с. 174]
Ефективність – відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначається як відношення ефекту, результату до витрат, що зумовили його отримання	Райзберг Б. А. [9]
Ефективність – показник успішності роботи системи для досягнення встановлених цілей	Сурмін Ю. П. [10]

Джерело: [1-10].

Економічний зміст ефективності, відповідно до інших авторів, полягає у досягненні результатів через використання ресурсів. Вони акцентують увагу на тому, що ефективність пов'язана з результативністю у сфері діяльності суспільства, компаній та окремих осіб.

Воскобійник Ю.П., Шпикуляк О.Г. звертають увагу на економію ресурсів та оптимізацію виробничого процесу. Він вказує на важливість ефективного використання ресурсів та можливість зниження витрат без втрати якості результатів. Однак ефективність не завжди може бути інтерпретована як оптимальність за Парето, оскільки вона є відносним показником, залежним від специфіки виробництва та інших факторів [3, с. 193].

У сучасних умовах успіх будь-якого підприємства визначається рівнем його економічної ефективності, оскільки цей показник є ключовим для вимірювання результативності як окремих виробничих об'єктів, так і національної економіки в цілому. Поняття "ефективність" є широко поширеним та найбільш використовуваним терміном в різних сферах суспільної діяльності. Однак відсутність однозначного трактування цього поняття робить дану проблему актуальною та потребуючою подальших досліджень.

Усі ці підходи показують, що ефективність є відносним поняттям, що відображає співвідношення між результатами та витратами, пов'язаними з досягненням цих результатів.

Декілька авторів, включаючи Лямець В. І., Тевяшева А. Д., Орлова П. А., Мочерного С. В., Райзберга Б. А., мають різні підходи до розуміння поняття ефективності.

Лямець В. І. та Тевяшев А. Д. вбачають ефективність як співвідношення результату виробництва до витрат суспільної праці. Вони підкреслюють не тільки результативність системи, але і її здатність викликати ефект у процесі функціонування, що можна застосовувати до будь-якої сфери діяльності [5, с. 85].

Орлов П.А. пропонує зворотнє визначення ефективності - як відношення витрат до результатів діяльності. Цей підхід дозволяє визначити, скільки ресурсів необхідно витратити для досягнення певного результату, що робить акцент не лише на ефективності витрат, а й на ефективності результатів [7, с. 85].

Райзберг Б. А. підкреслює ефективність як результат процесу, зокрема, виробничого процесу, проте він наголошує на тому, що ефективність кожного компонента або окремого елемента може бути оцінена окремо [9, с. 85].

Ю. П. Сурмін розглядає ефективність як широке поняття, застосовне до функціонування будь-якої системи [10, с. 85].

Отже, усі ці автори визначають ефективність як співвідношення між результатом (ефектом) та витратами, проте кожен з них акцентує на різних аспектах цього відношення.

Підприємство, як правило, створюється з метою отримання прибутку, і його ефективність виробництва можна оцінити за допомогою співвідношення між результатом (ефектом) та витратами (ресурсами). Ця співвідношення може бути виражена у формулі, де ефективність = результат (ефект) / ресурси (витрати).

Залежно від конкретних цілей оцінки ефективності, результат (ефект) може бути виміряний різними показниками, які характеризують як проміжні, так і кінцеві результати діяльності підприємства. Наприклад, економічний ефект може бути оцінений за допомогою таких показників, як обсяг прибутку (балансового або чистого), економія окремих видів ресурсів у натуральному або вартісному вираженні, а також зниження собівартості (особливо для збиткових виробництв).

Функціонуючи в умовах ринкових відносин, сучасні виробничі системи піддаються впливу різних зовнішніх і внутрішніх факторів, що визначають їх ефективність. Таким чином, ефективність стає ключовим показником розвитку та конкурентоспроможності будь-якого підприємства чи суб'єкта

господарювання і виступає орієнтиром для управлінських рішень.

Термін "ефективність" часто вживають як синонім до "результативність", оскільки він походить від латинського слова "effectus", що означає "результат" чи "дієвість".

Трактування поняття "ефективність" різними авторами можна умовно розділити на наступні три групи:

- ефективність як відношення "витрати-результат".
- ефективність як досягнення максимального ефекту при мінімальних затратах ресурсів.
- ефективність як результативність діяльності.

Слід зазначити, що деякі автори відносять "ефективність" до однієї конкретної групи, тоді як інші надають визначення, що поєднує ці групи.

Згідно з таблицею, сучасні науковці розглядають поняття "ефективність" у різних аспектах. Деякі визначають її як співвідношення між затратами та результатом, тоді як інші розуміють її як досягнення максимального ефекту при мінімальних витратах ресурсів.

Поряд з терміном "ефективність" часто використовуються як синоніми терміни, що близькі за економічною сутністю, такі як "результативність", "економічність" та "продуктивність". Однак ці терміни не є абсолютно тотожними, і виникає завдання більш точного економічного визначення цих понять та їх розмежування в економічному контексті.

У таблиці 1.2 наведено погляди різних вчених на поняття "економічна ефективність".

За наведеними поясненнями стає очевидним, що більшість авторів розуміють економічну ефективність як співвідношення між ефектом і витратами або ресурсами, витраченими на досягнення цього ефекту. Тобто критерії ефективності базуються на витратному та ресурсному підходах.

Термін "ефект" відноситься до результату або наслідку певних причин чи дій, і може бути вимірний у різних виразних формах, таких як матеріальні,

соціальні або фінансові показники. При розгляді виробничого процесу, який включає зміну станів продуктивних сил та виробничих відносин, необхідно враховувати цей аспект.

Таблиця 1.2

Визначення поняття «економічна ефективність»

Економічна ефективність – це	Автор і джерело
відносний показник, який порівнює отриманий ефект з витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту	Шпикуляк О., Гуменюк М., Неміш Д., Шеленко Д., Ксенофонтowa К. [11, с. 438]
досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці	Мочерний С.В., Єрохін С.А., Каніщенко Л.О. [12, с. 89]
такий стан справ, за якого неможливо здійснити жодної зміни, яка б задовольняла бажання однієї людини повніше, не ушкоджуючи задоволення бажань іншої	Федулова Л.І. [13, с. 158]
це віддача у формі доходів різних ресурсів фірми, що є в її розпорядженні	Іванілов О. С. [14, с. 258]

Джерело: [11-14].

Зміни виробничого процесу можна назвати виробничим ефектом або ефектом роботи, і вони можуть бути як позитивними, так і негативними. Ці зміни можна оцінити як якісно, так і кількісно, використовуючи різноманітні кількісні показники. Важливо враховувати, що деякі зміни, зокрема ті, що мають соціальний характер, можуть бути складними для кількісної оцінки, а це свідчить про потребу у подальших дослідженнях з цього питання.

Узагальнюючим ефектом виробництва є економічний ефект, який прямо відображає зміни в праці та засобах виробництва, а опосередковано – соціально-економічні зміни. Оскільки праця, сполучена з засобами виробництва, є джерелом усіх інших змін, то економічний ефект можна розглядати як деяке наближення до сумарного (абсолютного) ефекту виробництва.

У змісті економічного ефекту має визначатися з точки зору власників

засобів виробництва в ринковій економіці. Це визначає мотивацію для розвитку виробництва на певній основі. Кожна новостворена вартість у вигляді прибутку не є економічним ефектом, а лише додатковою вартістю у формі прибутку.

Економічний ефект у вигляді прибутку також відображає інтереси суспільства стосовно держави через оподаткування. Збільшення прибутку підприємств призводить до більших відрахувань у державний бюджет у формі податку на прибуток.

Абсолютне значення ефекту не відображає масштабів виробництва та понесених витрат. Для отримання якісних характеристик ефективності виробництва необхідно порівняти абсолютне значення ефекту з витратами на його отримання.

Наприклад, Grafton R.Q. описують термін "економічність" як стратегічне завдання вибору оптимальної комбінації ресурсів необхідної якості в заданий період, що мінімізує витрати при досягненні цільового результату [15, с. 680]. Можна погодитися з твердженням Череп А.В., Стрілець Є. М., що економічність передбачає зниження витрат на ресурси без втрати результативності та раціональності управління [16]. Таким чином, економічність можна визначити як рівень економії ресурсів, за який мінімізуються витрати для досягнення певного позитивного результату, що вказує на покращення динаміки розвитку суб'єкта господарювання.

Ефективність, у відмінну від ефекту, є величиною відносною у кількісному значенні, і її динаміка не пов'язана з будь-якими змінами виробничого процесу. Підвищення ефективності виробництва можливе лише за рахунок збільшення ефекту за незмінних витрат, зниження витрат з тим же ефектом або збільшення ефекту за темпом уповільнення зростання витрат [17, с. 42].

Ключ до успіху будь-якого підприємства полягає у постійному підвищенні ефективності, результативності, продуктивності та економічності

його діяльності, а також у вдосконаленні методів, засобів та заходів на їх підвищення. Визначення економічної ефективності допомагає оцінити результативність використаних ресурсів, розробити план дій та стратегію подальшого розвитку підприємства. Проте перед тим, як розраховувати та оцінювати ефективність, слід розібратися в самому визначенні даного терміну.

1.2 Суть поняття «конкурентні переваги»

Конкурентні переваги є ключовими факторами успіху, які відрізняються від конкурентів і сприяють створенню стійкої конкурентної позиції на ринку протягом певного часу. Формування конкурентних переваг є важливим завданням для підприємств як на національному, так і на світовому ринках.

Згідно з Шеленко Д.І. та Баланюк І.Ф., конкурентні переваги виявляються у перевазі над конкурентами в економічних, технічних та організаційних аспектах, що можна виміряти за допомогою різних економічних показників, таких як додатковий прибуток, вища рентабельність, ринкова частка та обсяг продажу [18, с. 12].

Сьогодні конкурентні переваги визначаються низькою собівартістю продукції, високою ступенем диференціації товарів, розумним сегментуванням ринку, впровадженням інновацій та швидким реагуванням на потреби ринку. Критеріями успіху також є висока продуктивність праці та кваліфікація персоналу, якість та технічний рівень продукції, управлінська майстерність та стратегічне мислення на різних рівнях управління.

Як зауважує О.Г. Шпикуляк, конкурентна перевага полягає у забезпеченні підприємству переваги перед прямими конкурентами, порівнянням з найкращими (найбільш небезпечними або пріоритетними) конкурентами. Виокремлюють три групи факторів, що забезпечують конкурентну перевагу: відмінна якість, що визначається підвищеною цінністю

для покупців шляхом зменшення витрат або підвищення ефективності товару; менші витрати підприємства завдяки високій продуктивності; ключові компетенції – унікальні навички чи новітні технології, що створюють унікальну цінність для споживачів [19, с. 324].

Однак такий перелік конкурентних переваг може бути неповним. Звертає на себе увагу підхід до класифікації конкурентних переваг, запропонований О.Ю. Амосов, за яким вони групуються за ознаками їх відношення до системи, сфери виникнення, змісту фактора переваги, методу або засобу отримання, місця реалізації, часу реалізації та виду отриманого кінцевого результату [20, с. 339].

Варто відзначити, що цей підхід має свої недоліки, зокрема, обмежену кількість ознак, за якими класифікуються конкурентні переваги, що універсалізує його застосування та не дозволяє створити повноцінну систему конкурентних переваг підприємства.

Також варто відзначити класифікацію конкурентних переваг Вовк О.М. Ковальчук А.М. Кривенко В.О., які групують їх за характером джерела, ініціатором, терміном дії, рівнем ієрархії, відношенням до ціни, можливістю імітації та сферою прояву [21, с. 52]. Проте ця класифікація також має свої обмеження, оскільки не розглядає всі можливі види конкурентних переваг та не враховує тих, які можуть бути отримані шляхом неправомірних дій.

Структура внутрішнього середовища підприємства складається з взаємопов'язаних підсистем і взаємодіє з зовнішнім середовищем. Ці підсистеми мають такі визначальні ознаки: відкритість щодо навколишнього середовища, самоорганізованість, адаптивність до змін та динамічність. Рівні зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу підприємства не є ізольованими один від одного. Їх взаємодія не завжди може бути чітко розділена на окремі структурні елементи, що ускладнює оцінку їх взаємодії.

Таблиця 1.3

Систематизація основних методів оцінювання конкурентних переваг підприємства

Метод	Характеристика	Переваги	Недолік
1	2	3	4
Квантовий вимір досягнень успіху.	Розглядаються складники стратегії розвитку підприємства (її цілі), далі визначаються критичні фактори У кожного рівня підприємства – свій критичний чинник успіху з відповідними йому показниками	Одночасно надається інформація про організаційну структуру, процеси, працівників на основі якості, витрат і часу	Завдання різних цілей на різних рівнях, які не є підлеглою єдиної мети та її наслідком
Метод покращання та виміру продуктивності	Організаційна структура й працівники підприємства поділяються таким чином, щоб оцінювалися не лише досягнення організованої одиниці (підрозділу, групи), а й працівників цієї одиниці	Об'єднання цілей; оцінка дій після досягнення цілей; об'єднання й впровадження інформації минулих періодів	Неможливість приділяти увагу оцінці діяльності кожного працівника після досягнення мети, через труднощі, пов'язані з характеристикою критеріїв оцінки
Метод збалансованих показників	Найбільш поширений метод, що оцінює перспективи клієнтських відносин, внутрішні перспективи бізнесу, інноваційні перспективи, фінансові перспективи	Дає змогу водночас оцінити зовнішню та внутрішню ефективність	Складність вибору показників
Вимір досягнень підприємств в сфері послуг	Оцінює ефективність діяльності підприємства у сфері сервісу й послуг, на основі кількості детермінант, що визначають результати діяльності підприємства в різних сферах	Дає змогу визначити місце підприємства в певній конкурентній групі	Слабкий взаємозв'язок зі стратегією підприємства, складність проведення періодичної оцінки, внаслідок великої кількості параметрів
Комплексний аналіз даних	Оцінює відносну ефективність підрозділів підприємства (або підприємства в цілому) шляхом порівняння вхідних та вихідних даних за методом лінійного програмування	Дає можливість обрати кращих представників не лише в певному підрозділі, а й у процесі визначення бенчмаркінг партнера	Через велику кількість вхідних і вихідних даних розрахунок ускладнюється й вимагає місткої порівняльної бази

1	2	3	4
«Бортове табло»	Для кожного підрозділу/підприємства визначається генеральна мета, що, у свою чергу, поділяється на цілі підлеглих підрозділів із критичними чинниками успіху. Критичні чинники успіху оцінюються за допомогою набору показників	Отримання короткої інформації про кожний підрозділ або підприємство	Тверда прив'язка до організаційної структури підприємства; відсутність здатності швидко змінювати мету через те, що вона прив'язана до одного чітко обраного стратегічного напрямку

Джерело: [23, с. 154].

Підприємство має різні види конкурентних переваг, які можна поділити на два типи. Перші - це переваги високого рангу, пов'язані з відмінною репутацією, кваліфікованим персоналом, патентами, розвиненими каналами маркетингу та сучасними технологіями. Ці переваги є стійкими та дозволяють досягати високої прибутковості. Другі - переваги низького рангу, що базуються на використанні дешевої робочої сили, доступності сировини, але можуть бути легко скопійовані конкурентами [22, с. 43].

У методичних підходах до оцінювання конкурентних переваг найбільше значення набувають новітні методи, зокрема, метод вимірювання досягнень (Performance Measurement). Вони оцінюють рівень досягнень підприємства у виконанні стратегічних цілей. Вибір методу оцінювання повинен базуватися на його особливостях, перевагах та недоліках.

Зокрема, за відомими науковцями, метод збалансованих показників є найбільш універсальним для застосування на вітчизняних підприємствах, тому доцільно розглянути детальніше його теоретичні положення.

Ключовим поняттям, яке відображає суть ринкових відносин, є конкуренція. Це динамічний процес взаємодії між суб'єктами, які функціонують у певному середовищі. Найуспішнішими учасниками конкуренції вважаються ті, хто здатні ефективно конкурувати на вітчизняних та міжнародних ринках. Поняття "конкуренція" походить від латинського слова "concurrere", що означає "зіштовхуюсь". У сучасній економічній науці

конкуренцію тлумачать по-різному через зацікавленість науковців та економістів у цьому питанні.

Суть конкуренції пов'язана з однією з найважливіших характеристик будь-якого підприємства – конкурентоспроможністю. Це критичний критерій адаптації підприємства до ринкових умов і здатність витримувати конкуренцію як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Конкурентні переваги є ключовими та визначальними факторами конкурентоспроможності. Тому розкриття сутності, детальне вивчення особливостей, систематизація відомих і пошук нових механізмів формування та реалізації конкурентних переваг мають фундаментальне значення для забезпечення конкурентоспроможності як економічних суб'єктів, так і суб'єктів господарювання.

Головна мета методу збалансованої системи показників полягає у встановленні зв'язків між фінансовими показниками та операційними вимірниками, що відображають такі аспекти діяльності підприємства, як задоволеність клієнтів, внутрішньофірмові господарські процеси, інноваційна активність та засоби покращення фінансових результатів. Цей метод відповідає на ключові запитання, що стосуються оцінки підприємства: як оцінюють його клієнти, які процеси можуть забезпечити конкурентне лідерство, як досягти подальшого розвитку та як оцінюють його акціонери [24, с. 38].

Підприємства, незалежно від галузевої належності, можуть користуватися єдиною фінансовою перспективою, метою якої є збільшення вартості для власників. Місія підприємства здійснюється шляхом задоволення потреб цільових клієнтів. Фінансові цілі, разом із клієнтською складовою, визначають алгоритм роботи підприємства. Успіх залежить від результатів внутрішніх бізнес-процесів, які досягаються за підтримки нематеріальних активів, таких як навчання та розвиток.

Метод збалансованої системи показників має переваги перед іншими,

оскільки дозволяє оцінити конкурентну стратегію підприємства кількісно в реальному часі та є найуспішнішою спробою інтеграції фінансових та нефінансових показників [25, с. 296].

Застосування методу збалансованої системи показників дозволяє створити систему показників, що збирає інформацію про бізнес-процеси та дозволяє аналізувати як їх внутрішню, так і зовнішню ефективність. Збалансована система показників визначає конкретні цілі та показники, які можна використовувати для вимірювання рівня досягнення цих цілей та оцінки результатів реалізації конкурентної стратегії підприємства.

На сьогоднішній день конкурентні переваги становлять унікальні ресурси, які має підприємство і які дозволяють йому перемагати в конкурентній боротьбі. Ці переваги постійно змінюються та розширюються, тому фірма має постійно їх відтворювати та підтримувати, щоб не втратити свою конкурентну позицію на ринку.

Купуючи товари, покупці керуються різними критеріями, такими як ціна, новизна продукції, якість, зручність експлуатації та інші. Основні джерела формування конкурентної переваги включають в себе виробництво високоякісної продукції, надання кращих послуг, ефективне ведення бізнесу та інші стратегічні аспекти.

Фундаментальною причиною успіху або невдачі підприємств є наявність або відсутність конкурентної переваги. Термін "конкурентоспроможність" був введений у 70-х роках ХХ століття для визначення сукупності факторів, що забезпечують провідне місце об'єктів у певному класі товарів або підприємств. Це включає якісні та цінові параметри продукції, менеджмент, управління фінансовими потоками, інвестиційні та інноваційні аспекти. Ключовим аспектом дослідження конкурентоспроможності є сама конкурентоспроможність підприємства, як суб'єкта виробничо-господарської діяльності.

На сьогоднішній день конкурентоспроможність визначається як

критерій адаптації підприємства до змін внутрішнього та зовнішнього середовища та його здатність забезпечити значний рівень конкурентних переваг на ринку. Однак важливо розрізнити поняття "конкуренція" і "конкурентоспроможність", оскільки вони мають різне тлумачення, що залежить від поглядів та підходів кожного науковця.

Отже, конкуренція є неодмінною складовою ринкової економіки та механізму функціонування ринкового господарства. Міжнародна конкурентоспроможність означає здатність підприємства витримувати конкуренцію завдяки реалізації конкурентних переваг. Аналіз сутності конкурентоспроможності та конкурентних переваг свідчить про різноманітність поглядів учених на ці поняття, проте визначено, що існує певна систематизація визначень залежно від мети трактування економічних категорій.

1.3. Критерії оцінки конкурентних переваг ведення бізнесу

Конкурентоспроможність підприємства є динамічною характеристикою, що залежить від багатьох факторів. Вона не лише відображає стан самого підприємства, а й впливається параметрами його конкурентів. Крім того, конкурентоспроможність тісно пов'язана з змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі діяльності підприємства. Вона формується в контексті існуючої конкурентної ситуації на ринку і може змінюватись через появу нових учасників на ринку або через зміни в стратегіях і діяльності існуючих конкурентів.

Важливо підкреслити, що конкурентоспроможність підприємства є відносною і ситуативною характеристикою. Підприємство може бути конкурентоспроможним у своїй галузі на внутрішньому ринку, проте не бути таким на міжнародних ринках. Таке розуміння дозволяє уникнути узагальнень

і розуміти, що конкурентоспроможність підприємства може бути контекстуальною залежно від ринкової ситуації і конкурентного середовища [26, с. 282].

З розвитком ринкових відносин, конкуренція між суб'єктами господарювання стає визначальним фактором, що вимагає постійного удосконалення конкурентних переваг підприємств та організацій. В умовах швидко змінюючогося ринкового середовища, підприємства повинні бути готові реагувати на будь-які зміни та ефективно використовувати свої конкурентні переваги для досягнення успіху і привертання більшої кількості клієнтів.

Ключовим завданням є забезпечення унікальності та стійкості торговельної марки та продуктів перед викликами зовнішнього середовища та задоволення специфічних потреб клієнтів. Особливу увагу потребує процес формування конкурентних переваг на основі постійного моніторингу ринкової кон'юнктури та позицій конкурентів, а також урахування змін у смаках та уподобаннях споживачів [27, с. 294].

Кожне підприємство, яке вступає на ринок з власною продукцією, намагається отримати перевагу над іншими учасниками ринку. Таким чином, виникає конкурентна боротьба за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів.

Конкурентні переваги є важливою категорією сучасної економічної науки та практики. У загальному розумінні, конкурентні переваги - це здатність досягати найкращих результатів у певній сфері. Різні дослідники трактують конкурентні переваги по-різному, але основними характеристиками їх визначення є:

1. Конкурентні переваги як фактори, що визначають стабільний або зростаючий вибір учасників ринку на користь підприємства, що приносить економічний ефект.

2. Концентрований прояв переваги над конкурентами у різних сферах

діяльності.

3. Перевищення або низьке значення факторів порівняно з відповідними факторами конкурентів.

4. Характеристики або властивості, що забезпечують суб'єкту господарювання перевагу над конкурентами.

Таким чином, конкурентні переваги можна визначити як наявність цінних характеристик або факторів, що дозволяють підприємству займати кращі конкурентні позиції на ринку і привертати більше клієнтів. Ці переваги мають базуватися на оригінальних можливостях підприємства, бути унікальними в довгостроковій перспективі та задовольняти специфічні потреби клієнтів, що окреслено на рис. 1.1.

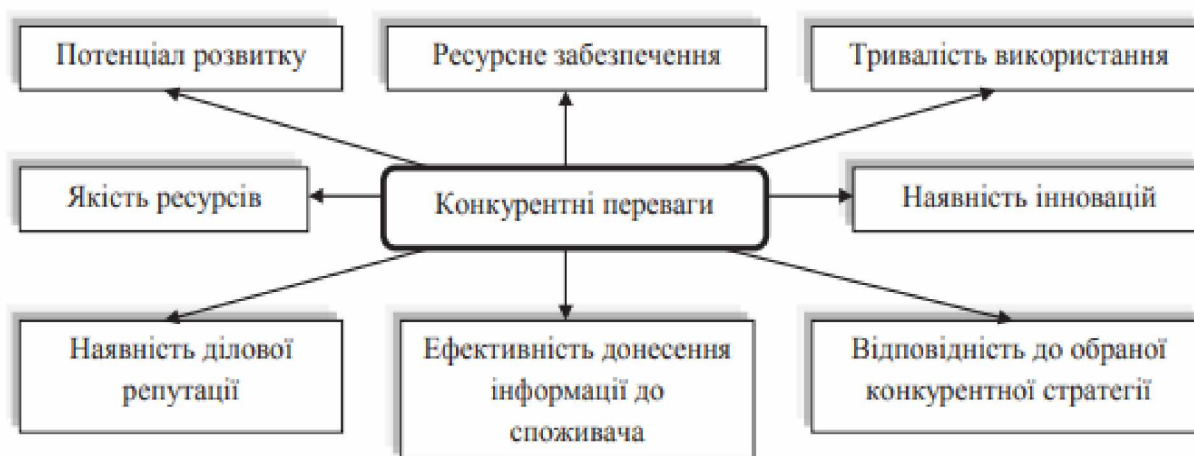


Рис. 1.1. Основні критерії оцінки конкурентних переваг ведення бізнесу

Джерело: власна розробка автора

Доцільно виокремити критерії оцінки та аналізу конкурентних переваг підприємства, які включають в себе такі аспекти як унікальність продукту, стійкість торгової марки та відповідність специфічним потребам клієнтів [28, с. 490].

Конкурентоспроможність продукції - це ступінь її відповідності вимогам цільових груп споживачів за важливими характеристиками, а

конкурентоспроможність підприємства - це характеристика, що відображає здатність підприємства до формування, утримання та використання стійких конкурентних переваг [29, с. 50].

Конкурентоспроможність формується під впливом великої кількості внутрішніх і зовнішніх чинників, які мають різноманітне походження і впливають на неї по-різному. Конкурентоутворюючі чинники, такі як якість і споживчі властивості товарів та послуг, маркетингове та комерційне забезпечення, потенціал і ресурси підприємства і т. д., є ключовими визначальними факторами конкурентоспроможності. Зовнішні чинники, які включають кон'юнктуру світових та вітчизняних ринків, платоспроможний попит населення, державне регулювання економіки, рівень розвитку ринкової інфраструктури, динаміку валютних курсів і т. д., також відіграють важливу роль. Ці зовнішні чинники ускладнюють управління підприємством і підвищують ризики під час формування та розвитку конкурентних переваг.

Використання інновацій є ключовим інструментом для досягнення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг підприємства. Це дозволяє підприємству вивчати ринкові можливості, відмічати відмінності між послугами конкурентів та заповнювати конкретні сегменти ринку. Для підвищення рівня конкурентоспроможності необхідно розробляти та просувати нові види послуг [30]. Це може вимагати значних вкладень у інноваційний розвиток та пошук малооб'ємних ніш, які не привертають увагу конкурентів.

Важливим елементом формування конкурентних переваг є конкурентна стратегія підприємства. Це складний творчий процес, який вимагає високої кваліфікації виконавців. Формування конкурентної стратегії базується на прогнозуванні умов здійснення інвестиційної діяльності та кон'юнктури інвестиційного ринку. Передусім це вимагає пошуку та оцінювання альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільш оптимально відповідають іміджу компанії та завданням її розвитку. Формування стратегії

є процесом, який постійно змінюється та вимагає періодичного коригування з урахуванням змінних зовнішніх умов і нових можливостей розвитку компанії.

Усвідомлення перспектив використання конкурентних переваг відповідно до впливу зовнішнього конкурентного середовища визначає успішність діяльності підприємства на ринку товарів і послуг. Це визначається вибором правильної економічної політики фірми, яка формує конкурентну стратегію.



Рис. 1.2. Основні види конкурентних стратегій

Джерело: [31, с. 67].

Конкурентне середовище формується завдяки взаємодії багатьох суб'єктів ринку та умов, які визначають рівень економічного змагання і можливості окремих учасників ринку впливати на загальну ситуацію. Це не лише взаємодія суб'єктів ринку, що призводить до конкуренції, але й їхні взаємини.

Конкурентне середовище не можна чітко відокремити від поняття "ринок", оскільки один ринок може включати кілька конкурентних середовищ. Тому класифікація конкурентного середовища має бути деталізованішою:

1. Об'єкт купівлі:

– конкурентне середовище товарів (включаючи засоби виробництва та предмети споживання різної тривалості використання);

- конкурентне середовище послуг (таке як громадське харчування, охорона здоров'я, освіта);
- конкурентне середовище інформації (збір, обробка та надання інформації різним установам та організаціям);
- конкурентне середовище науково-технічних розробок;
- конкурентне середовище капіталів (гроші та цінні папери);
- конкурентне середовище трудових ресурсів.

2. Територіальна ознака:

- світове, міжнародне, національне, міжрегіональне, регіональне, міжрайонне та районне конкурентне середовище;
- локальне конкурентне середовище (яке включає підприємства, які діють у певній місцевості);
- конкурентне середовище підприємства (внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства та його взаємодія).

Аналізуючи різноманітні моделі конкуренції на ринку, можна виділити декілька основних типів конкурентного середовища:

3. Різноманітні моделі конкуренції:

- досконала конкуренція, яка характеризується великою кількістю малих продавців і покупців, де жоден учасник не має значного впливу на ціни на ринку;
- чиста монополія: включає в себе конкурентне середовище, де лише один продавець контролює весь ринок. Це може бути закрита монополія, природна монополія, білетарна монополія або відкрита монополія;
- олігополія: характеризується наявністю кількох великих учасників на ринку, які мають суттєвий вплив на ціни та умови ринку. Це може бути олігополія без угод між учасниками або з певною угодою між ними;
- монополістична конкуренція: відрізняється наявністю багатьох продавців, що пропонують подібні, але не ідентичні товари або послуги, що дає їм певний ступінь контролю над цінами [32, с. 65].

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних ринкових умовах є однією з найактуальніших. Це вимагає впровадження на підприємствах ефективних систем управління конкурентними перевагами та забезпеченням їхньої стійкості на ринку. Оцінка поточного рівня конкурентоспроможності є першим кроком у цьому напрямі, що дає змогу виявити причини несприятливих тенденцій і розробити відповідні стратегії для їх усунення.

Отже, вирішення проблеми конкурентоспроможності може призвести до багатьох позитивних наслідків, таких як збільшення продуктивності праці, зменшення витрат виробництва, покращення якості продукції та прискорення темпів науково-технічного прогресу. Для цього необхідно розвивати нові методи інноваційного управління та використовувати їх на практиці.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТИНИХ ПЕРЕВАГ

2.1 Оцінка ефективності ведення бізнесу на підставі конкурентних переваг

У природі і бізнесі існує принцип, згідно з яким ніщо не буває випадково. Кожен крок, навіть найменший, має бути добре продуманим, спланованим і результатом ретельного аналізу даних. Незважаючи на це, аналізом конкуренції іноді нехтують, що може принести більше шкоди, ніж користі.

Оцінка ефективності ведення бізнесу має вирішальне значення для ефективної маркетингової діяльності, що дозволяє зрозуміти діяльність конкурентів і визначити переваги та недоліки у вашому власному бізнесі.

Оцінка ефективності ведення бізнесу вимагає поділу роботи на етапи, використання відповідних інструментів та регулярного оновлення зібраних даних.

Використання даних, отриманих в результаті застосування оцінки ефективності ведення бізнесу, дозволяє адаптувати пропозицію до потреб клієнтів, створювати конкурентні переваги та приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

Регулярна оцінка ефективності ведення бізнесу – це безперервний процес, який вимагає адаптації стратегії та пропозиції відповідно до змін ринкових умов і дій конкурентів [34, с. 236].

Формування конкурентних переваг ТОВ «Автостарт» базується на комплексному аналізі та задоволенні потреб клієнтів у сфері технічного обслуговування та ремонт автотранспортних засобів, а також на оренді складських приміщень. ТОВ «Автостарт» успішно спеціалізується у цій галузі, надаючи широкий спектр послуг, який включає роздрібну торгівлю деталями та приладдям для автотранспортних засобів та на оренді офісних та складських

приміщень різного розміру, а також надання комплексних складських послуг [35, с. 77].

ТОВ «Автостарт» відзначається індивідуальним підходом до кожного клієнта, пропонуючи систему індивідуальних рішень, швидке оформлення документів та допомогу в розміщенні вантажу логістиці на у вантажних та автомобільних транспортних перевезеннях. Конкурентні переваги ТОВ «Автостарт» полягають у вигідному розташуванні магазинів, різноманітному розмірі приміщень, добре обладнаних під'їзних шляхах та наявності всієї необхідної інфраструктури, включаючи митний термінал та системи відеоспостереження.

Однією з основних конкурентних переваг є можливість встановлення цін на деталі та приладдя для автотранспортних засобів та цін на оренду приміщень, які відповідають ринковим стандартам, але при цьому забезпечують високу якість обслуговування. Товариство активно розширює свій асортимент шляхом запровадження нових видів послуг, що відповідають потребам клієнтів.

Основною конкурентною стратегією ТОВ «Автостарт» є стратегія оптимальних витрат, яка передбачає створення більшої цінності для клієнтів за рахунок поєднання високої якості з низькою ціною. Це дозволяє товариству збільшувати обсяги послуг, здобувати лояльність клієнтів та забезпечувати довгострокові конкурентні переваги.

ТОВ «Автостарт» також активно працює над зміцненням своїх конкурентних переваг за допомогою уваги до потреб клієнтів, розширення асортименту послуг, запровадження акційних та бонусних програм, впровадження системи управління якістю та постійним удосконаленням процесів надання послуг [33, с. 127].

Таким чином, у сучасних умовах економічного середовища формування та збереження конкурентних переваг стає ключовим завданням для будь-якої компанії. Конкурентні переваги товариства досягаються через впровадження

комплексного підходу до задоволення потреб клієнтів, використання оптимальних стратегій і постійне удосконалення бізнес-процесів.

ТОВ «Автостарт» - транспортно-експедиторська компанія, яка працює на логістичному ринку України з 1996 року і на сьогоднішній день є одним із лідерів у цій галузі.

Дата реєстрації ТОВ «Автостарт» вказана як 21 жовтня 1996 року. Компанія має відповідність до податкового законодавства, що підтверджується номером свідоцтва платника ПДВ – 13093709. Її ідентифікаційний код за Єдиним державним реєстром підприємств та організацій України складає 39937338. За класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) відповідно до наданого коду – 60.21.1.

Керівником ТОВ «Автостарт» є Ловчук Ігор Богданович. Резиденція компанії розташована за адресою: Україна, Івано-Франківська область, місто Івано-Франківськ, вулиця Ребета, 3.

Діяльність підприємства складається з ряду ключових напрямків, серед яких важливі наступні:

- надання послуг з організації перевезень вантажів, що включає в себе планування та координацію транспортних операцій;
- організація логістичної діяльності у сфері перевезення вантажів автомобільним транспортом, включаючи інформаційні та додаткові послуги для клієнтів;
- реалізація маркетингової стратегії та формування тарифної політики, що спрямована на залучення та утримання клієнтів;
- укладання договорів з клієнтами та управління їх виконанням у сфері транспортних послуг;
- планування та координація перевезень згідно з встановленими процедурами та вимогами;
- здійснення фінансових розрахунків з клієнтами на основі укладених договорів про надання послуг;

- надання транспортно-експедиторських послуг для оптимізації процесу перевезень вантажів;
- організація інформаційної підтримки та контролю за ходом перевезень;
- взаємодія з іншими видами транспорту для забезпечення комплексних транспортних рішень.

Основними засобами ТОВ «Автостарт» є будівлі та споруди, машини та обладнання, транспортні засоби. Динаміку складу і структури основних засобів підприємства протягом 2022-2023 рр. наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Динаміка складу і структури основних засобів
ТОВ «Автостарт», 2022-2023 р. (за залишковою вартістю)**

Найменування основних засобів	Власні основні засоби (тис. грн.)		Відхилення 2023/2022 рр.	
	2022 р.	2023 р.	тис. грн	%
1. Виробничого призначення:	1912	2055	143	107,48
будівлі та споруди	88	0	-88	0
машини та обладнання	678	508	-170	74,93
транспортні засоби	1146	1547	401	134,99
інші	0	0	0	
2. Невиробничого призначення:	0	0	0	
будівлі та споруди	0	0	0	
машини та обладнання	0	0	0	
транспортні засоби	0	0	0	
інші	0	0	0	
Усього	1912	2055	143	107,48

Джерело: обчислено автором за підприємства

Досліджуване товариство має у наявності тільки власні основні засоби які у 2023 р. мають тенденцію до зростання на 143 тис. грн., ці відбулося за рахунок зростання транспортних засобів на 401 тис. грн.

Обмеження на використання майна в підприємства немає.

У товаристві застосовується прямолінійний метод нарахування амортизації активів.

Проаналізуємо динаміку складу та структури оборотних активів підприємства (табл. 2.2).

Таблиця 2.3

**Динаміка складу і структури оборотних активів ТОВ «Автостарт»,
2022-2023 р. (тис. грн)**

Найменування оборотних активів	2022 р.	2023 р.	Відхилення	
			2023/ 2022 рр., %	2023/ 2022 рр., тис. грн
Запаси	87	77	-10	88,51
Виробничі запаси:	87	77	-10	88,51
Векселі одержані	0	26	26	-
Дебіторська заборгованість за за продукцію, товари, роботи, послуги	11962	11513	-449	96,25
Дебіторська заборгованість за розрахунками, за виданими авансами	21544	47298	25754	219,54
З бюджетом	14	4195	4181	29964
У тому числі з податку на прибуток	0	4183	4183	-
із внутрішніх розрахунків	59243	1383	-57860	2,33
Інша поточна дебіторська заборгованість	37	43	6	116,22
Грошові кошти та їх еквіваленти:	16760	11610	-5150	69,27
Готівка	-	-	-	-
Рахунки в банках	16760	11227	-5533	66,99
Витрати майбутніх періодів	61	80	19	131,15
Інші оборотні активи	531	591	60	111,3
Усього	110239	76816	-33423	69,68

Джерело: за даними підприємства

У нашому товаристві найбільшу частку у 2022 р. в оборотних активах має дебіторська заборгованість за виданими авансами та надані послуги, що складає 76 % загальної суми оборотних активів. У 2023 р. її частка значно збільшилася, а частка грошової готівки зменшилася на 69,27 %, що свідчить про труднощі зі збутом послуг або нерівномірну роботу товариства, а також і про погіршення фінансової ситуації.

Структура доходів товариства подана у табл. 2.4, яка була сформована на основі інформації Звіту про фінансові результати.

З даних табл. 2.4 прослідковується, що загальна сума доходів товариства у 2023 році скоротилася на 6 173 тис. грн. порівнюючи із 2022 р. В основному

на це мало вплив скорочення надходжень від наданих послуг з вантажних перевезень, яке становила майже 40 %.

Таблиця 2.4

**Структура і динаміка доходів діяльності ТОВ «Автостарт»
за період 2022-2023 рр.**

Показник	2022 рік		2023 рік		Зміна, тис. грн.	Темп зростання, %
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %		
Дохід (виручка) від реалізації продукції	36832	70,51	22508	48,86	-36783	61,10
Інші операційні доходи	15243	29,18	22453	48,74	7210	147,3
Дохід від участі в капіталі	0	-	0	-	-	-
Інші фінансові доходи	0	-	870	1,89	870	-
Інші доходи від звичайної діяльності	164	0,31	135	0,299	-29	82,32
Надзвичайні доходи	0	-	0	-		
Разом	52239	100,00	46066	100	-6173	88,183

Джерело: розраховано автором за даними товариства

Проаналізувавши таблицю, спостерігаємо, що найбільшу питому вагу в сукупних доходах товариства має виручка від наданих послуг – 48,86 %, інші доходи – 48,74%. На величину виручки від реалізації послуг впливають залежні та незалежні від діяльності підприємства фактори.

Розглянемо напрямки витрат від операційної діяльності на ТОВ «Автостарт», що зображено в табл. 2.5. З неї можемо спостерігати, що протягом 2022 року практично всі статті витрат від операційної діяльності, крім амортизаційних відрахувань (зросли на 20 тис. грн.), скоротилися. Це мало вплив на скорочення виручки від наданих послуг, оскільки погіршення соціально-економічної ситуації в країні та збільшення простоїв з метою пошуку оптимального рейсу та у зв'язку з блокуванням товарів на митниці та загальнонаціональних страйків в країнах Європи нанесло негативний вплив на економіку держави.

Таблиця 2.5

Динаміка витрат операційної діяльності ТОВ «Автостарт» за економічними елементами протягом 2022-2023 рр., тис. грн.

Стаття витрат/роки	2022 р.	2023 р.	Відхилення, 2023 р. / 2022 р., тис. грн.
Матеріальні затрати	734	651	-83
Витрати на оплату праці	12614	9437	-3177
Відрахування на соціальні заходи	2994	2464	-530
Амортизація	712	732	20
Інші операційні витрати	3262	5659	2397
Разом	20316	18943	-1373

Джерело: складено автором за даними підприємства

Структура витрат від операційної діяльності ТОВ «Автостарт» наведена на рис. 2.1.

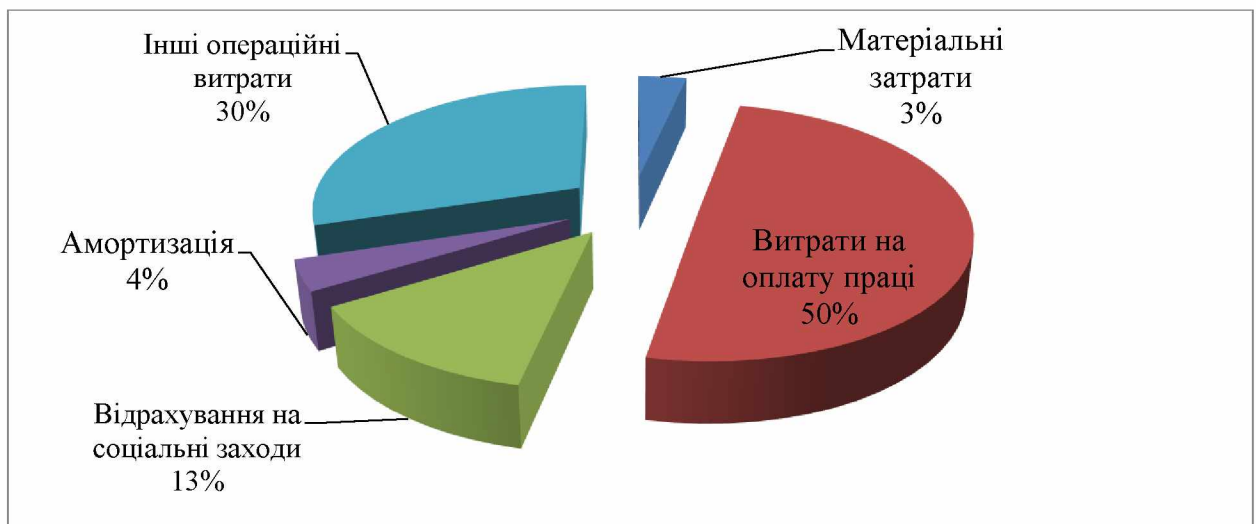


Рис. 1. Структура витрат ТОВ «Автостарт» від операційної діяльності, тис. грн. (2023 р.)

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Отже, дані рисунку 3.1. у структурі витрати від операційної діяльності товариства мають перевага над витратами на оплату праці – 50 %, інші операційні витрати – 30 %, відрахування на соціальні заходи – 13 %, амортизація – 4 % та матеріальні затрати тільки 3 %.

2.2 Вплив інновацій на ведення бізнесу та конкурентоспроможність

Інновації є базовим елементом для формування конкурентної позиції, а також і основною умовою успіху товариства. Проте як ефективність так й інновації вимагають часу та фінансових витрат. Інновації можливі при одночасному стабільному фінансовому розвитку ТОВ «Автостарт», оскільки воно має усвідомлювати, що інноваційна діяльність є надзвичайно важливою при подоланні конкуренції. Оцінюючи вплив інновацій на ведення бізнесу та конкурентоспроможність діяльність ТОВ «Автостарт» має більше зосередити увагу на пошуку нових передових та ефективних рішень.

Функціонування у час глобалізаційних змін характеризується нестабільністю та непередбачуваністю, за рахунок того, що капітал і трудові ресурси є одним із факторів які впливають на зростання ефективності у веденні бізнесу.

Способність товариства здобувати та обробляти знання та інформацію має бути вирішальною для результативності бізнесу. Оскільки саме такі фактори, як знання, підприємливість та інновації, придбавають значення.

Інновації та ефективність сприяють зростанню конкурентоспроможності досліджуваного товариства у порівнянні із іншими підприємствами. Дякуючи цьому інші власники бізнесу впроваджують інноваційну діяльність та прямують до зміцнення конкурентоспроможності на міжнародній арені [35, с. 77].

Для цього дамо власне бачення категорії конкурентоспроможність – це різнобічне явище, яке зумовлює до розбіжностей у його тлумаченні та визначеннях, якими користуються.

Хист конкурувати, на нашу думку можна розуміти так як:

- спосібність до стійкого розвитку у перспективі;
- спромога до зростання ефективності функціонування;
- хист одержувати прибуток;

- змога досягати успіху впроваджуючи конкурентні переваги;
- можливість досягати та підтримувати конкурентні позиції на ринку.

Конкурентоспроможність на досліджуваному товаристві є важливою умовою до ведення бізнесу, а зараз стала визначальною для них. Оскільки на ринку вона є наслідком взаємодії різних механізмів і внутрішніх факторів товариства та зовнішніх (вплив на навколишнє середовище).

Маючи такий показник як рівень ефективності можна сформулювати рівень конкурентоспроможності товариств такі поняття, як хист, поведінка, перевага та потенціал. Це щільно зв'язані з конкурентоспроможністю, що має різноманітні інтерпретації [36, с. 82].

Конкурентоспроможність – це повадки товариств, які запроваджують ефективність їх конкуренції. Тобто, конкурентна позиція є як наслідок конкуренції, через те, що повинен вид бізнесу повинен, орієнтуватися на довгострокову діяльність. А також і повинен бути зацікавлений в одержанні відповідної конкурентної позиції, яку вона і показує у зорганізованому ринку та вартісному становищі пам'ятаючи про напрямки одержання прибутку і фінансове становище.

Питання конкурентоспроможності товариства, пов'язано із питанням конкурентної переваги. Оскільки вона є більш вигідною позицією на ринку порівняно з позицією її конкурентів. Отже, більш сприятливе розташування переростає в конкурентну перевагу, коли це дає змогу збільшити ефект дії без додаткових витрат або при зменшенні витрати у порівнянні з витратами конкурентів і зменшення суми витрат із заданими ефектами дії без страху їх скорочення, що не можуть уникнути конкуренти [37, с. 7].

Порівнюючи конкурентний потенціал з конкурентною перевагою, виокремимо, що конкурентний потенціал товариства характеризує здобуток ним конкурентної переваги, конкретної його реальною обставиною.

Зважаючи, що конкурентоспроможність товарів, які пропонують окремі товариства на ринку, може підхопити двоваріантну її класифікацію.

Перший виступає як підконтрольний та той який базується на витратах на виробництво окремих товарів, які в підсумку дають вчасно отримати збут товару за нижчими цінами, ніж тими які є у конкурентів.

Це матиме вплив на то, що товар має вищу споживчу цінність, довговічність, зручність у використанні, а тому і вищу якість.

Нинішній стан економіки характеризується мінливістю та конкурентоспроможністю. Це і змушує товариства бути інноваційними, націленими на постійний розвиток та переорієнтований на вимоги клієнтів [38, с. 292].

Прагнення ТОВ «Автостарт» та його конкурентів досягти конкурентної переваги є однією із сил, що сприяє розвитку конкуренції, а також спонукає їх ще інтенсивніше діяти у сфері конкурентних процесів. Є фактори, які впливають на конкурентоспроможність ТОВ «Автостарт»:

- зовнішні, тобто суб'єктивні та якісні;
- внутрішні, тобто матеріальні, нематеріальні, людські та фінансові ресурси;
- результати, тобто продукти, розподіл, просування, економічні умови ринковий обмін.

Кожне підприємство працює в певному місці і в конкретних економічних умовах. Отже, функціонування суб'єктів господарювання вимагає: відповідне розташування, тобто відповідний простір, пристосований до їхні повідомлені потреби, що дозволяє їм отримати необхідні кошти, а також надання можливості продажу товарів і послуг, які пропонують ці компанії.

Найчастіше згадуються зовнішні фактори:

- переважаючі ринкові умови;
- доступ до інформації та ресурсів;
- наявність і вартість кредитів;
- застосовна податкова система (ставка податку, податкові пільги тощо);

– ринкова конкуренція та вихід на зовнішні ринки.

Друга група факторів – потенціал та підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства. Внутрішні ресурси і, перш за все, їх використання є вирішальними про конкурентні можливості, забезпечення збереження конкурентної позиції в майбутньому. Серед внутрішніх приміщень найбільше значення надається, серед інших:

- інноваційно-технологічне застосування;
- мережа контактів і партнерів;
- працівники та культура компанії;
- власні інвестиції та можливості отримання капіталу;
- наявність та спосіб фінансування діяльності [39, с. 300].

Фактори результату конкурентоспроможності є третьою групою факторів. Конкурентні інструменти – це безпосередні інструменти досягнення конкурентної переваги, які визначають конкурентну позицію. Можливість використання конкретних інструментів визначається в основному внутрішніми факторами компанії. Компанія повинна дедалі інтенсивніше боротися з конкурентами за свій бізнес конкурентна позиція. Він робить саме це, використовуючи інструменти конкуренції, щоб до якого вони належать:

- якість і ціна пропонованих товарів або послуг;
- спосіб розрізнення та позначення відмінності товару чи послуги порівняно з товарами інших виробників;
- здатність адаптуватися до очікувань клієнтів;
- підвищення доступності продукту чи послуги;
- розширення асортименту;
- реклама та формування бренду товару чи послуги;
- формування іміджу компанії [40, с. 96].

Бізнес характеризується високим рівнем конкурентоспроможності коли він надає клієнтам те, що вони хочуть, за правильною ціною, у потрібному місці та в потрібній кількості.

Рівень знань, умінь і досвіду як керівництва, так і персоналу і виробничих працівників, тобто їх професійні компетенції, впливають на рівень конкурентоспроможності бізнесу, особливо в довгостроковій перспективі. Результати це завдяки здатності ефективно підтримувати та завойовувати ринки збуту через підприємств, які визначаються рівнем поінформованості та станом знань. Знання працівниками роботи механізмів кон'юнктура ринку, технічний прогрес, проблеми охорони навколишнього середовища або сучасні методи маркетингу дуже важливі з точки зору розвитку бізнесу.

Зв'язок між кількістю та якістю пропонованих товарів і/або послуг і конкурентоспроможністю ТОВ «Автостарт» прямо пропорційний, тому чим більше товарів ТОВ «Автостарт» пропонує на ринку або чим вища їх якість, тим вища її якість конкурентоспроможності та скорочення ринкової пропозиції, а також низької якості товарів вони викликають зниження конкурентоспроможності за інших рівних умов постійний.

Якість вироблених товарів та/або наданих послуг також пов'язана з умовами продажу, які компанія пропонує своїм клієнтам. Тим вигіднішими і привабливішими є умови, на яких ТОВ «Автостарт» пропонує закупівлю його товар, тим вище його конкурентоспроможність.

Рівень конкурентоспроможності ТОВ «Автостарт» також визначається неринковими факторами. Серед неринкових детермінант технічний прогрес є основною силою, що прискорює темпи змін, що відбуваються на його діяльності. Це один з головних факторів, що формує поведінку ТОВ «Автостарт», і має значний вплив на кількість і якість товару, а також рівень і обсяг наданих послуг.

Тобто, щоб економіка була конкурентоспроможною, її необхідно характеризувати не лише відносно висока продуктивність, операційна ефективність і ефективність, але вона повинна також мають такі риси, як гнучкість, ефективність підприємливість та інновації.

Інновації та підвищення ефективності є наслідком науково-технічного прогресу. Вони тісно пов'язані з підприємництвом, а їх реалізація обтяжена високим ступенем ризику.

Бізнес, який здатний створювати інновації, здобувати і засвоювати їх, а також отримувати інформацію про інноваційні рішення, називається інноваційний бізнес.

Завдяки інноваціям та зростанню ефективності можна, отримати в подальшому:

- кращу адаптацію бізнесу до середовища;
- підвищення якості продукції та конкурентоспроможності її продажу;
- усунення бар'єрів та активізація ресурсів шляхом збільшення ефективності і результативність роботи;
- вдосконалення організації та методів роботи;
- покращення умов безпеки праці;
- заміщення живої праці внаслідок кращої організації та підвищення ефективності на базі багатшого та сучаснішого технічного оснащення;
- збільшення експортного потенціалу.

У наш час інновації часто асоціюються зі змінами. Однак більшість авторів підкреслюють, що інновацію можна ототожнити зі зміною лише тоді, коли це вигідно бізнесу. Лише ті продукти та послуги, які можна продати, допоможуть вам захистити або зміцнити вашу конкурентоспроможну позицію.

Отже, інновації, які забезпечують нову цінність для клієнтів, зазвичай проявляються у формі нових продуктів, технологій, ідей, підходів і систем і саме це повинно приносити переваги насамперед клієнтам, які через прихильність до компанії на основі позитивного досвіду буде запорукою високої прибутковості товариства.

2.3. Напрямки формування конкурентних переваг

Дослідження напрямків формування конкурентних переваг є надзвичайно важливим для управління товариством, оскільки розвиток організації завжди супроводжується конкуренцією та протистоянням з іншими виробниками і постачальниками аналогічної продукції. Конкурентні переваги на світовому ринку є основою міжнародного поділу праці, що робить це питання особливо актуальним.

Герасимова В. О. та Резанов Е. О. виділяють основні підходи до оцінки конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємства, зокрема методи, засновані на теорії ефективної конкуренції, теорії конкурентних переваг, оцінку конкурентоспроможності товару та метод бенчмаркінгу [41, с. 93].

Конкуренція є невід'ємною частиною підприємництва, що зумовлює необхідність розробки стратегій конкурентної боротьби з урахуванням чинників впливу для товариств, які працюють на ринку. Виробництво має низку особливостей, які необхідно враховувати при формуванні концепції конкурентних переваг підприємств.

Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це сукупність його наявних та потенційних можливостей, що проявляються через взаємодію конкурентних переваг. Основним завданням у формуванні конкурентоспроможності є вивчення напрямків формування, які найбільшою мірою впливають на діяльність підприємства та його продукцію.

Врахування зовнішніх і внутрішніх напрямків формування, що визначають конкурентні переваги, є ключовим для управління конкурентоспроможністю товариств. Ці чинники зумовлюють зміни у товаристві та впливають на його позицію на ринку.

Знання цих напрямків формування та їх впливу, особливо в умовах інтеграції з ЄС та іншими об'єднаннями, є важливим для ефективного

управління. Необхідно використовувати системний підхід для врахування та виділення найважливіших напрямків формування, що впливають на конкурентні переваги.

Формування конкурентних переваг товариств сприяє підвищенню конкурентоспроможності сектору економіки, це допомагає вирішувати проблеми забезпечення сировинної безпеки. Конкурентоспроможність товариств визначається здатністю виробників і продавців товарів конкурувати з іншими постачальниками аналогічної продукції. У такій боротьбі товариства використовують рекламу, зниження цін, підвищення якості продукції та надання додаткових послуг. А тому і конкурентна перевага – це ексклюзивна цінність, яка надає організації перевагу перед конкурентами і пов'язана з міжнародним поділом праці на світовому ринку.

Багатогранність аспектів, які потрібні для зміни або захисту конкурентної позиції, обумовлюють велику кількість конкурентних стратегій. Незважаючи на різноманіття стратегій, вони мають подібності у меті діяльності товариства на ринку та типах конкурентних переваг, які вона вимагає здобути.

Отже, для досягнення переваг у ринковій конкуренції необхідно розробити чітку стратегію їх реалізації. Це і спонукало нас шукати аналогії у інших науках. На думку Пуцентейло П. Р., є чотири принципів досягнення переваг над конкурентами:

- концентрація ресурсів;
- перехоплення ініціативи; маневрування ресурсами;
- забезпечення гнучкого планування [42, с. 82].

Світова практика показує, що взаємозалежне вирішення цих проблем і використання зазначених принципів гарантує зростання конкурентоздатності товариств.

Вирішальними напрямків формування конкурентних переваг товариств є:

- концентрація ресурсів фірми для попередження дій конкурентів;
- утримання ініціативи в конкурентній боротьбі;
- забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених завдань;
- розробка гнучкої системи планування діяльності товариства на ринку за допомогою ефективної стратегії взаємодії з конкурентами.

Конкурентна перевага на ринку є ключовим фактором, що визначає конкурентну ситуацію для товарів. Яка характеризується специфічними властивостями товару або бренду, які надають товариству перевагу над прямими конкурентами. Конкурентна перевага також і може бути оціненою відносно, залежно від положення товариства щодо найсильнішого конкурента на ринку або в сегменті ринку, і може бути зовнішньою або внутрішньою.

Зовнішня конкурентна перевага, в основному, виникає за рахунок унікальних якостей товару, які створюють "цінність для покупця" за рахунок скорочення витрат або підвищення ефективності.

Проте, вже внутрішня конкурентна перевага базується на перевазі у витратах виробництва або управління, що виготовляє "цінність для виробника" за рахунок зниження собівартості порівняно з конкурентами. Це досягається за допомогою стратегії домінування по витратах, впровадження організаційних та виробничих інновацій.

У той же час, співвідношення "ринкової сили" і "продуктивності" характеризує рівень конкурентної переваги товариства над конкурентами.

Оцінка конкурентного середовища вимагає аналізу методів конкуренції, а також прагне дослідити імідж товару та організації. А саме, зниження ціни на товар або послугу може мати вплив на поліпшення позиції товариства з поміж іншими. Бо підвищення ціни може тільки мати вплив на зниження рівня конкурентної переваги. Удосконалення якості продукції може також і мати вплив на який потім дозволить ставити вищі ціни, вдержуючись на лідерських позиціях на ринку та збільшуючи ринкову частку.

Присутні методи оцінки конкурентних переваг мають і не однакові типи цінностей, які є началом формування переваг (матеріальні, нематеріальні, грошові, соціальні тощо), тобто тими, які залежать від їх змісту, джерела походження, динаміки прояву та діапазону розповсюдження.

Отже, для вирішення проблем у сфері підприємництва необхідно реалізувати такі заходи:

- поліпшення розвитку сучасної інфраструктури товарного ринку;
- запропонувати збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників за рахунок покращення репутації на міжнародному ринку;
- запропонувати напрямки посилення кооперації;
- сприяти формуванню співпраці між виробниками та дослідними установами.

Для доведення нашого твердження – формування напрямків конкурентних переваг продукції на глобальному ринку варто:

- скорочувати витрати на виробництво і переробку продукції;
- налагодити та відновити довіру до надання кредитів та гарантій для експорту продукції;
- забезпечити оцінювання якості продукції за категоріями відповідно до міжнародних стандартів.

РОЗДІЛ 3. Напрями удосконалення формуванні конкурентних переваг на ТОВ «АВТОСТАРТ»

3.1. Аналіз факторів формування конкурентних переваг

Стратегічний аналіз діяльності підприємства починається з вивчення зовнішнього середовища. На сьогоднішній день не існує єдиного інтегрованого підходу до побудови загальної концепції зовнішнього середовища, що б враховував економічні, технологічні, соціальні та політичні впливи на організацію, а також особливості її взаємодії з партнерами, конкурентами та споживачами. Проте загальна тенденція у стратегічному аналізі вже проявляється.

Економічний аналіз використовує різноманітні інструменти для визначення механізмів впливу середовища на діяльність організацій та аналізу окремих підсистем. Завдання полягає в обранні напрямків аналізу та відповідного інструментарію, які допоможуть зрозуміти оточення та його вплив на конкурентоспроможність підприємства. Проте визначення сутності та механізмів конкурентоспроможності є складним завданням. Це можливо на основі визначення характеру конкурентної переваги або ключових факторів успіху.

Деякі аспекти комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств потребують подальшого теоретичного та методичного обґрунтування. Тому деякі аспекти оцінки взаємозв'язків між елементами конкурентоспроможності та їх вплив на інтегральний рівень розвитку розроблені не в повній мірі. Це робить актуальним проведення подальших досліджень у цьому напрямку.

Аналіз та оцінка конкурентного середовища є важливими на всіх етапах функціонування підприємства. Початковим кроком у плануванні його діяльності та формуванні стратегії розвитку є визначення рівня

конкурентоспроможності. Ця конкурентоспроможність базується на динамічності підприємства, його здатності впроваджувати та вдосконалювати сучасні технології, ефективно управляти, а також на якості його продукції. Всі ці аспекти разом визначають здатність підприємства до стабільного розвитку в тривалій перспективі, а також його можливість утримувати конкурентні переваги та збільшувати свою частку на ринку [43, с. 85].

У сучасних дослідженнях визначення конкурентних переваг можна розглядати з декількох підходів. Компаративний підхід, розглядає конкурентні переваги як можливість випередження конкурентів. Ресурсний підхід, розуміє конкурентні переваги як ефективне використання ресурсів. Ціннісно-компетентнісний підхід визначає конкурентні переваги як систему цінностей, що порівнюються з конкурентами.

Деякі визначення конкурентних переваг поєднують декілька підходів, зокрема через врахування взаємозв'язку ресурсів і ринкових чинників. Наприклад, Брінь П. В., Нехме М. Н. визначають конкурентні переваги як позитивні відмінності в діяльності підприємства, які забезпечують підвищення ефективності і виживання в довгостроковому періоді [44, с. 40].

Загалом, в сучасних умовах розвитку економіки конкурентні переваги слід розглядати як здатність підприємства формувати та підтримувати систему цінностей, культуру якості, місію та стратегію, що відповідають потребам споживачів і партнерів, забезпечують перспективний розвиток і адаптацію до змінного ринкового середовища.

Для виявлення основних стійких факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств було проведено оцінку та виявлення вагомих факторів впливу на діяльність окремих підприємств України на основі аналізу динаміки за останні п'ять років. За допомогою статистичних функцій Excel були отримані парні коефіцієнти кореляції для аналізованих показників по дванадцяти промислових підприємствах України.

Побудовані множинні регресійні моделі для окремих підприємств,

результативним показником яких був обсяг реалізованої продукції. У розрахованих моделях враховувалися такі фактори:

- Обсяг реалізованої продукції (Y_1), в тисячах гривень;
- Витрати на якість продукції (X_1), в тисячах гривень;
- Кількість працівників, які зайняті в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам (X_2), осіб;
- Витрати на інформатизацію (X_3), в тисячах гривень.

Результати показали, що більшість моделей мають дуже високий або високий ступінь адекватності за значенням коефіцієнта кореляції. Найбільш значимим фактором у більшості моделей є витрати на якість продукції. Другий фактор, кількість працівників у невідповідних санітарно-гігієнічних умовах, зазвичай має зворотній вплив на результативний показник, що свідчить про його важливість у формуванні обсягу реалізації продукції.

Таким чином, аналіз факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств підкреслив важливість економічних факторів і показав їх пріоритет для одинадцяти з дванадцяти досліджуваних підприємств.

Джерела конкурентних переваг для товаровиробників можна розглядати в такій послідовності:

- підвищення якості продукції;
- оптимізація асортименту;
- встановлення цін та їх ринкове регулювання;
- впровадження технологій виробництва, які дають можливість випускати унікальну продукцію;
- мотивація менеджерів;
- розташування постачальників сировини.

Щодо таблиці 1, вона відображає побудову моделей з використанням методики, де результативним показником є обсяг реалізації продукції.

Таблиця 1

Побудова моделей (результативний показник – обсяг реалізації продукції) ТОВ «АВТОСТАРТ»

Вид залежності	Коефіцієнт кореляції	F-критерій Фішера
$Y1 = 96,144 X1 - 8415,75 X2 + 385,119 X3 - 76984$	0,9958	79,0317
$Y1 = 77,179 X2 + 320,73 X3 + 3880,54$	0,9126	10,4416
$Y1 = 251,197 X3 + 18276,94$	0,9115	30,8983
$Y1 = -3624,18 X2 + 233801$	0,9535	61,5161

У розглянутій структурі конкурентних переваг переважне значення має якість продукції. У зв'язку з цим, як результативний показник для побудови моделей було обрано показник витрат на якість продукції.

Якщо ви бажаєте, я можу допомогти з приведенням прикладу побудови моделей зазначеним методом.

Таблиця 2

Побудова моделей (результативний показник – витрати на якість продукції) ТОВ «АВТОСТАРТ»

Вид залежності	Коефіцієнт кореляції	F-критерій Фішера
$Y2 = 12,557 X1 + 0,197 X2 + 0,542 X3 - 958,471$	0,9998	1666,333
$Y2 = 17,059 X3 + 4599,092$	0,7550	9,2449
$Y2 = -42,744 X1 + 0,3209X2 + 2628,235$	0,9931	143,9275
$Y2 = 0,3671 X2 - 332,952$	0,9453	51,8446

Результативний показник (Y2) – Витрати на якість продукції, тис. грн;

X1 – кількість працівників, які мають повну вищу освіту, осіб;

X2 – фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн;

X3 – витрати на інформатизацію, тис. грн.

Побудовані моделі для показника "витрати на якість продукції" виявилися адекватними, оскільки демонструють високу кореляцію для всіх об'єктів дослідження. Другий фактор виявився найбільш значущим, оскільки включений до дев'яти моделей, причому в семи з них він виступав єдиним значущим після попереднього відбору [45, с. 7]. Інші фактори були включені лише до трьох рівнянь відповідно.

У двох моделях перший фактор (кількість працівників з повною вищою освітою) показав негативний вплив на витрати на якість продукції. Це може свідчити про невідповідність між номінальним і фактичним рівнем освіти на підприємствах або про неефективне використання освітнього потенціалу (наприклад, залучення працівників з вищою освітою на роботи, які не потребують відповідного кваліфікаційного рівня).

Тобто, аналіз факторів, що впливають на конкурентні переваги промислових підприємств, підтвердив переважаючу значимість економічних факторів, а також підкреслив важливість підвищення освітньо-професійного рівня персоналу та інвестування в інновації.

Формулювання стратегічних, тактичних і оперативних завдань управління конкурентними перевагами вимагає врахування класифікації факторів за тривалістю впливу (довгострокові, середньострокові та короткострокові) та за рівнем управлінських рішень (стратегічні, тактичні і оперативні). При розробці конкурентних переваг важливо враховувати не лише фактичні, але й потенційні чинники, які можуть мати вплив у майбутньому. Основою такого підходу є визначення "характеру визначення" факторів.

Систематизація факторів за напрямом впливу та ступенем корисності створює базу для виявлення можливостей підприємства, з урахуванням позитивних і стимулюючих чинників, і розробки заходів для запобігання негативних наслідків. Групування факторів за рівнем прогнозованості допомагає максимально використовувати результати прогнозування у процесі формування та розвитку конкурентних переваг, а також виявленні механізмів протидії непрогнозованим чинникам.

Класифікація факторів конкурентних переваг за рівнем регулювання дозволяє виділити ті, які піддаються регулюванню з боку підприємства, та нерегульовані, на які воно не може впливати. Регулювання та прогнозування факторів має базуватись на їх поділі за ознакою "ступінь схильності до змін".

Поділ факторів за силою впливу дозволяє виявити найбільш пріоритетні з них і більш раціонально підходити до формування та реалізації конкурентних переваг. Важливо також розрізняти фактори впливу за ступенем вимірювання, оскільки це впливає на результати оцінки і забезпечення конкурентних переваг.

При формуванні, реалізації та розвитку конкурентних переваг важливо враховувати взаємозв'язок і взаємозалежність факторів, що сприяє їх подальшому розвитку. Цей підхід базується на поділі факторів за ознакою "ступінь міжфакторної залежності".

Вплив різних факторів призводить до досягнення певного ефекту (простого, мультиплікативного або синергетичного). Поділ факторів за ознакою "тип ефекту" дозволяє обґрунтувати їх оцінку.

Фактори впливу на конкурентні переваги можуть різнитися за цільовими орієнтирами завоювання конкурентних позицій, які ставить товариство. Набуття конкурентних переваг може бути результатом досягнення цілей збільшення частки ринку або підвищення результативності діяльності.

Представлена система факторів впливу на формування конкурентних переваг включає велику кількість класифікаційних ознак, що свідчить про їх різноманітність і складність проблеми їх вивчення. Однак вона не є вичерпною і може бути розширена або уточнена відповідно до змін у економічному середовищі та розвитку економічної науки.

Фактори, які впливають на "створення конкурентних переваг", можна розподілити на фундаментальні, операційні та фактори розвитку. Ця класифікація дозволяє оцінити вплив цих факторів на потенціал утворення конкурентних переваг (фундаментальні чинники), на їх поточний стан (операційні чинники), а також на можливості та напрями розвитку (фактори розвитку). Цей підхід, хоча трохи умовний через їх взаємозалежність, відображає стадії життєвого циклу конкурентних переваг.

Фактори формування конкуренції можна розділити за "реакцією

підприємства на зміни зовнішнього середовища та напрями його розвитку" на адаптивність і інноваційність. Адаптивність виражається в здатності підприємства адаптуватися до змін середовища, тоді як інноваційність відображає його здатність до інновацій. Якщо адаптивність - це реакція на зміни, то інноваційність є основою такої реакції, спрямованої на зміну діяльності через впровадження нових елементів.

Ця класифікація може бути застосована в будь-якій галузі економіки, проте не враховує специфічних особливостей суб'єктів господарювання в конкретних галузях. З цієї причини пропонується уточнити фактори, що специфічні для підприємств роздрібної торгівлі, зокрема за їх спеціалізацією, організаційною формою торгівлі та функціональним призначенням асортименту.

Подана класифікація факторів впливу на формування конкуренції підприємств роздрібної торгівлі є не остаточною і може бути вдосконалена з урахуванням потреб розвитку торговельної галузі.

Загалом можна сказати, що конкурентні переваги виникають в результаті взаємодії багатьох факторів, які є унікальними для кожної ситуації. Система факторів конкурентних переваг формує середовище функціонування підприємства і представляє собою цілісну систему, яка враховує зовнішні та внутрішні чинники конкурентної боротьби. Класифікація цих факторів дозволяє оцінити їх вплив і вибрати оптимальні стратегії для забезпечення конкурентних переваг.

Отже, для успішної конкуренції на ринку сьогодні недостатньо мати лише матеріально-фінансові ресурси. У сучасних умовах зростає значення внутрішнього потенціалу підприємства, який визначає його конкурентні переваги. До таких переваг належать знання, кваліфікація, уміння та інформація. Активне інвестування в підвищення якості продукції, що визначає конкурентоспроможність і ефективність функціонування підприємств, дозволяє ефективно використовувати майстерність і здібності персоналу,

стимулювати новаторство та колективну співпрацю працівників. Проведені оцінки довели, що обсяг реалізації значною мірою залежить від витрат на якість продукції. Це підкреслює необхідність розробки методології управління якістю продукції на основі оцінки цих витрат.

3.2 Розроблення програми удосконалення формування конкурентних переваг

Наведемо ряду чинників для забезпечення конкурентних переваг, а зокрема:

- висока якість товарів і послуг передбачатиме забезпечення підвищеної цінності для покупців через зниження їх витрат або підвищення результативності продукції, що задовольняє потреби споживачів;

- ключові компетенції передбачатиме віднайдення унікальних навичкок або технологій, які створюють особливу цінність для споживачів;

- впровадження нових технологій опрацювання інновації, що підвищують конкурентоспроможність;

- нові або змінені запити покупців включатимуть реагування на нові потреби або адаптація до змін у запитах споживачів;

- розробка нових продуктів передбачатиме вихід на нові сегменти ринку завдяки створенню нових продуктів;

- зміна вартості або типів компонентів виробництва повинна обґрунтовувати адаптації до змін у вартості чи типах використовуваних матеріалів;

- зміна регуляторних вимог включатиме оцінку впливу змін у стандартах, екологічних нормах та інших регуляторних аспектах;

- швидке впровадження інновацій включатиме вчасність до швидкої реакції щодо реалізації новації.

- перехід до нових конкурентних переваг обґрунтовуватиме відмову від старих переваг на користь більш ефективних нових;
- покращення виробничих процесів включатиме постійне вдосконалення виробництва;
- раціональне використання ресурсів передбачатиме оптимізацію всіх видів ресурсів та їх структурне співвідношення.

Формування нових конкурентних переваг є ключовим елементом для досягнення ТОВ «АВТОСТАРТ» стабільної конкурентної позиції на ринку. Цей процес базується на ефективній взаємодії умов функціонування фірми та чинників, які формують його ресурсний потенціал, таких як інтелектуальний капітал, досвід, знання, унікальні навички, конкурентні можливості та ринкові досягнення.

Аналіз конкурентних переваг ТОВ «АВТОСТАРТ» повинен базуватися на використанні відповідного інструментарію, який дозволяє оцінити поточну ситуацію на ринку. Для прийняття та реалізації управлінських рішень цей інструментарій має забезпечувати швидку оцінку розвитку конкурентних переваг і їх створення в майбутньому, а також формувати єдине інформаційне поле. Механізм дії конкурентних переваг ТОВ «АВТОСТАРТ» охоплює широкий спектр його економічних, організаційно-управлінських, технічних, технологічних, правових, кадрових та соціальних аспектів.

Одним із ключових чинників успіху ТОВ «АВТОСТАРТ» є ціна, яка виступає економічною характеристикою споживчої вартості товарів і важливою конкурентною перевагою. Співвідношення ціни і якості є системною характеристикою конкурентоспроможності товариства, тому покращення якості продукції є надзвичайно важливим для забезпечення конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках. Якість продукції визначається ступенем відповідності товарів вимогам стандартів і задоволенню потреб споживачів відповідно до призначення продукції. В умовах економічної та політичної нестабільності в Україні, перспектива

виходу українських підприємств на європейський, китайський та інші міжнародні ринки робить виробництво високоякісних продуктів надзвичайно актуальним.

Необхідно враховувати, що підвищення якості продукції є довгостроковим і безперервним завданням. Рівень якості продукції не може бути постійним [46, с. 25]. На кожному етапі якість продукції повинна бути оптимальною, тобто максимально задовольняти потреби споживачів при відносно мінімальних витратах на її досягнення.

Тобто якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які дозволяють йому задовольняти встановлені або передбачувані потреби. Встановлені потреби зафіксовані у правових нормах, стандартах, замовленнях, угодах, технічних умовах поставок та інших документах. Передбачувані потреби – це ті очікування, які споживач зазвичай не формулює конкретно, але відносить до стійких побажань, таких як відповідність продукту моді, звичкам споживачів, національним або культурним особливостям споживання.

Підвищення інноваційного рівня підприємства вимагає додаткових фінансових інвестицій та пошуку перспективних джерел фінансування, таких як різні форми лізингу, банківські кредити, державні дотації та пільги, цільові програми фінансування бізнесу тощо. Важливо зазначити, що інноваційні конкурентні переваги товариства також залежать від інноваційної політики держави та її законодавчої і науково-технічної підтримки. Українські підприємства можуть стати високоприбутковим бізнесом для країни за умови тісної взаємодії державного управління та прагнення підприємств стати потужними виробниками продукції. Впровадження інноваційних технологій виробництва надасть суб'єктам підприємництва значну перевагу над прямими конкурентами, оскільки технологічна конкурентоспроможність разом з якістю є ключовими факторами успіху.

Одним із чинників забезпечення конкурентних переваг товариства є ефективне управління ресурсами під час їх виробництва. Це досягається

завдяки застосуванню методів економічного моделювання, системного аналізу та комп'ютерних технологій, що дозволяють розширити можливості інформаційного прогнозування витрат і рівня рентабельності, а також надають важливий інструмент для обґрунтування і прийняття зважених рішень з урахуванням впливу факторів ринкового середовища.

Напрямами ефективної діяльності як основного фактора підвищення рівня рентабельності мають бути: зміцнення матеріально-технічної бази галузі; створення й впровадження новітніх ресурсоефективних технологій виробництва; ширше використання альтернативних джерел енергії у галузі; запровадження системи пільгового кредитування.

Зважаючи на процеси глобалізації бізнесу та постійне розширення інформаційних і інноваційних технологій, формування конкурентних переваг лише за якісними та ціновими параметрами втрачає стійкість. Тепер підприємства конкурують не тільки продукцією, а й здатністю створювати, оновлювати та використовувати організаційні знання – інтелектуальні ресурси, які згодом втілюються у продукцію та послуги. Ця сукупність знань, навичок, вмінь, що забезпечують конкурентні переваги і належать як працівникам, так і підприємству в цілому, називається компетентністю підприємства [47, с. 432].

Основна концепція ключових компетенцій зосереджена на внутрішніх інтелектуальних ресурсах підприємства. Досягнення компетентності підприємства відбувається через свідомі зусилля і тривалу ефективну роботу, що включає відбір персоналу з необхідними знаннями та навичками і організацію колективної праці для досягнення високих результатів. Інтелектуальний капітал підприємства є основою формування ключових компетенцій. Інтелектуальний капітал має властивість накопичення і приносить значний економічний і соціальний ефект, який триває довгий час і має інтегральний характер. Однак, працівники підприємства не можуть підтримувати високий рівень інтелекту без постійного навчання та розвитку.

Розвиток інтелектуального капіталу є однією з основних проблем, вирішення якої забезпечить економічний успіх підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках у довгостроковій перспективі.

Вихід на нові ринки збуту ставить перед українськими підприємствами нові завдання: дотримання вимог міжнародних стандартів, технічних нормативів і регламентів щодо виробництва продукції, інноваційність процесів, розвиток внутрішніх ресурсів підприємства та ефективне управління інтелектуальним капіталом. Для підвищення якості продукції та інноваційності виробництва необхідні державна підтримка підприємств, оновлення управлінських, технологічних і технічних процесів, впровадження безперервного навчання персоналу. Управління цими факторами забезпечить стратегічні конкурентні переваги підприємства.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку включають розробку методичного підходу до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, який би враховував багатогранність факторів і джерел формування конкурентних переваг підприємств.

3.3 Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю

У воєнний період економічного розвитку важливою стає здатність власників бізнесу до розробки ефективних стратегічних планів, спрямованих на забезпечення стійкості та збереження провідних позицій на ринку. Однією з ключових умов є наявність стійких конкурентних переваг, які дозволяють суб'єктам підприємництва успішно втілювати свої стратегічні плани.

Дослідження особливостей та аналіз переваг сучасних власників бізнесу в умовах нестабільної економічної ситуації є ключовим для розробки рекомендацій з покращення виробничої діяльності та формування

довгострокової стратегії розвитку. Це дозволить забезпечити стійкість конкурентних переваг і зміцнити позиції підприємств на ринку.

Конкурентоспроможність країни або організації базується на чотирьох основних факторах: якості, ціні, сервісі та маркетинговому середовищі. Порівняльні переваги виникають за рахунок нижчих витрат одного виробника порівняно з іншим, що призводить до отримання більшої економічної вигоди [48, с. 275]. Ці переваги особливо помітні в міжнародній торгівлі між країнами. Відповідно до закону порівняльної переваги, країна повинна спеціалізуватися на виробництві та експорті тих товарів, які вона може виробляти з відносно нижчими витратами, та імпортувати товари, для виробництва яких вона має вищі витрати. Таким чином, саме порівняльна, а не абсолютна перевага, має визначати торговельні відносини.

Відмінність між абсолютною та порівняльною перевагами полягає в тому, що абсолютна перевага означає здатність країни виробляти певний товар з меншими витратами в порівнянні з будь-якою іншою країною. Порівняльна ж перевага полягає в здатності країни виробляти товар з нижчими альтернативними витратами порівняно з іншими країнами.

Більшість із зазначених методів конкурентної поведінки є недобросовісними. Відсутність в Україні протягом тривалого часу цілеспрямованої державної політики щодо забезпечення діалогу між владою і бізнесом призвела до суттєвого викривлення конкурентних відносин. Це спричинило деформацію у відносинах власності та не сприяло появі ефективних приватних власників в результаті приватизації. Вітчизняні підприємства часто не конкурентоспроможні як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Причин цього багато, але одна з головних - неготовність власників підприємств вести бізнес за сучасними законами конкуренції. Бюрократичний апарат вітчизняної влади "дозволяє" підприємствам перемагати конкурентів не на ринку, а у владних коридорах, створюючи певні привілеї для окремих фірм. Така система підриває закони конкуренції та не

дозволяє підприємствам розвиватися "природним шляхом". Присутність таких суб'єктів на внутрішньому ринку підриває конкурентоспроможність держави і її вихід на міжнародну економічну арену.

В Україні також спостерігається низька конкурентна культура. Високий рівень конкурентної культури забезпечується поведінкою споживачів, які активно шукають кращу продукцію, та виробників, які вдосконалюють свою діяльність, працюють чесно і дотримуються етичних норм. Це включає обізнаність суб'єктів господарювання з правилами конкурентної політики. У Господарському кодексі, стаття 38 "Правила професійної етики у конкуренції" зазначено: "суб'єкти господарювання за сприяння зацікавлених організацій можуть розробляти правила професійної етики у конкуренції для відповідних сфер господарської діяльності".

Гострою є проблема інформатизації конкуренції. Втрачається мотивація до ефективної діяльності, нерационально використовуються ресурси, окремі державні заходи стають недієвими, ведення бізнесу стає неефективним. Зміни, що відбуваються в економіці, вимагають стратегічного бачення у конкурентній боротьбі [49, с. 274]. Тому, щоб процвітати у сучасних умовах, фірми повинні обирати певну стратегію, яка може бути як наступальною, так і оборонною, короткостроковою – для миттєвої реакції на ситуацію, і довгостроковою – від якої залежить майбутня позиція і можливості фірми на ринку. Як зазначає Майкл Портер, "Універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, узгоджена з умовами конкурентної галузі, навичками і капіталом, якими володіє фірма, може принести успіх".

Спостерігається нерівність умов конкуренції через неоднаковий режим оподаткування, субсидії і привілеї з боку держави чи місцевої влади, пільговий доступ до земельних ділянок та інфраструктури, проблеми із залученням фінансових ресурсів, вибірковий контроль з боку регулюючих та перевіряючих органів. Підприємці фактично відсторонені від впливу на економічну політику держави і не мають нормативно-правових інструментів

для вирішення накопичених проблем. Вони змушені вдаватися до антиконкурентних дій, "проникати" у владні структури для реалізації своїх корпоративних інтересів. Все це сприяє поширенню тіньових, корупційних та кримінальних псевдоринкових відносин, що призводить до зниження ефективності конкуренції, відсутності конкурентних передумов та можливостей для економічного розвитку.

Результати побудованих моделей для показника "витрати на якість продукції" свідчать про їхню адекватність, оскільки вони демонструють високу тісноту зв'язку для всіх об'єктів дослідження. Найбільш суттєвим є другий фактор, який увійшов до дев'яти моделей, і зазвичай виступав як єдиний значущий після попереднього відбору. Інші фактори були включені до трьох рівнянь відповідно.

У двох моделях спостерігався негативний вплив першого фактора (кількість працівників з повною вищою освітою) на величину витрат на якість продукції. Це може свідчити про невідповідність між номінальним і фактичним рівнями освіти на підприємствах або неефективне використання наявного освітнього потенціалу.

Отримані в ході оцінки результати підтверджують, що обсяг реалізації продукції в більшій мірі залежить від витрат на якість продукції. Це підкреслює необхідність розробки методології управління якістю продукції на основі оцінки цих витрат.

Більшість методів конкурентної поведінки, що спостерігаються, є недобросовісними. В Україні відсутній довгостроковий діалог між владою та бізнесом, що призводить до серйозних викривлень у конкурентних відносинах і підточує конкурентоспроможність держави. Для подолання цього, необхідно встановити ефективний механізм співпраці та діалогу між державними органами та представниками бізнесу, спрямований на розвиток конкурентних відносин та створення сприятливих умов для всіх суб'єктів господарювання. Це може включати регулярні консультації, робочі групи або публічні

обговорення з питань конкурентної політики та економічного розвитку. Додатково важливо розробити механізми для попередження корупції та лобізму в роботі державних інституцій, забезпечивши прозорість і відкритість у процесах прийняття рішень.

Існують різні підходи до керування конкурентоспроможністю, проте особливе значення має стратегічний підхід. Ця методика включає розробку та втілення стратегії, спрямованої на формування та підтримку конкурентних переваг підприємства. Крім того, ще одним важливим підходом є метод на основі ресурсів, який передбачає оцінку ресурсів підприємства та їх потенціалу для створення конкурентних переваг. Третій підхід – це метод на основі конкурентних сил, який включає аналіз конкурентного середовища та розробку заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Вітчизняні та закордонні підприємства розробляють та впроваджують різноманітні програми підвищення конкурентоспроможності, кожна з яких має свій унікальний набір заходів та процедур, адаптованих до специфіки діяльності конкретного підприємства. Напрямок розвитку стратегічного управління передбачає розробку та впровадження ефективної стратегії, спрямованої на задоволення потреб споживачів та забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Цей напрям включає наступні заходи:

- розробка та впровадження стратегії розвитку підприємства, спрямованої на задоволення потреб споживачів та забезпечення конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі;
- формулювання конкретних, вимірюваних, досяжних, реальних та обмежених за часом цілей та завдань розвитку підприємства;
- розробка плану втілення стратегії розвитку, включаючи конкретні заходи, ресурси та терміни їх виконання;
- впровадження системи контролю за втіленням стратегії розвитку підприємства.

Підвищення якості продукції також може бути досягнуте за рахунок збільшення витрат на інформатизацію [50, с. 33]. Це включає витрати на придбання та створення програмного забезпечення, обчислювальної техніки, інтернету, оплату послуг сторонніх компаній у сфері інформатизації та інші витрати, пов'язані з якісним і своєчасним інформаційним забезпеченням працівників у процесі управління якістю продукції.

Отже, ефективне управління якістю продукції та інвестування в інновації є ключовими факторами для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Отже, перехід до конкурентного ринкового середовища не вирішив головного завдання - підвищення життєвого рівня населення України. Це викликано незавершеністю реформ, що призвело до закритості та "непрозорості" двох основних систем - держави та бізнесу - у конкурентному середовищі. Держава має чітко сформулювати базові параметри конкурентного середовища, такі як податкова, кредитна, грошова, митна, закупівельна, трудова, інноваційна та інвестиційна політика, і забезпечити їх стабільність. З свого боку, бізнес повинен розкрити свої реальні грошові потоки, позбавившись тіньової економіки, щоб не спотворювати уявлення про можливість підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринковому середовищі.

На основі цього формулюються основні рекомендації щодо регулювання конкуренції:

- вдосконалити нормативно-правову базу для формалізації розробки та проведення конкурентної політики, зокрема стосовно визначення її цілей, пріоритетів, принципів, завдань, механізмів та критеріїв реалізації, організації виконання, відповідальності та підзвітності.

- ухвалити загальну стратегію розвитку конкурентних відносин, захищену від політичних циклів та змін у владних командах, з обмеженням перегляду затвердженої стратегії.

- встановити відповідальність органів влади за результати та їх відповідність поставленим цілям, формулюючи їх на основі конкретних кількісних параметрів-індикаторів.

- узгодити параметри конкурентної політики з іншими видами державної економічної політики для уникнення нейтралізуючого ефекту від їх паралельного застосування.

- покращити адвокатуру конкуренції та підвищити обізнаність суспільства та політико-економічної еліти в цій сфері.

- удосконалити антимонопольне законодавство та розробити дієвий механізм його реалізації для створення рівних умов для всіх суб'єктів господарювання.

- посилити контроль за виконанням антимонопольного законодавства, збільшити розмір штрафів за антиконкурентну діяльність та розширити практику притягнення до відповідальності [51].

Для поліпшення маркетингової діяльності необхідно проведення ефективних маркетингових досліджень ринку, розробка ефективної маркетингової стратегії, спрямованої на підвищення рівня обізнаності споживачів про підприємство, його продукцію та послуги. Цей напрям включає такі заходи:

- проведення ефективних маркетингових досліджень ринку з метою визначення потреб споживачів, особливостей конкурентного середовища та можливостей підприємства;

- розробка ефективної маркетингової стратегії, яка визначає цілі, завдання та інструменти маркетингової діяльності;

- реалізація маркетингової стратегії, включаючи проведення рекламних кампаній, розробку нових продуктів і послуг, а також роботу з клієнтами.

Для поліпшення виробництва та обслуговування потрібно підвищення якості продукції та послуг, а також ефективності виробництва. Цей напрям включає такі заходи:

- підвищення якості продукції та послуг з метою задоволення вимог споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- впровадження сучасних технологій виробництва та обслуговування;
- створення ефективної системи управління якістю.

Для вдосконалення управління персоналом необхідно створення ефективної системи управління персоналом, яка забезпечить залучення, розвиток і утримання висококваліфікованих працівників. Заходи за цим напрямком включають:

- створення ефективної системи управління персоналом, що забезпечить залучення, розвиток і утримання висококваліфікованих працівників;
- розробка системи мотивації та стимулювання персоналу;
- впровадження системи навчання та розвитку персоналу для підвищення професійної кваліфікації працівників [52, с. 5].

Ці напрями спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом оптимізації стратегічного управління, маркетингової діяльності, виробництва та обслуговування, а також управління персоналом.

Також необхідно активізувати заходи щодо підвищення рівня конкурентної культури в суспільстві. Це може бути здійснено шляхом проведення освітніх кампаній, семінарів та тренінгів для бізнесменів та споживачів щодо правил конкуренції, етичної поведінки та важливості розвитку конкурентного середовища для економіки країни. Державні інституції можуть активно взяти участь у цьому процесі, сприяючи поширенню інформації та забезпечуючи доступ до необхідних ресурсів .

Крім того, важливо звернути увагу на інформатизацію конкуренції, забезпечивши доступ до сучасних технологій та інструментів для підтримки бізнесу та контролю за виконанням антимонопольного законодавства. Це може включати розробку цифрових платформ для моніторингу ринків, електронних сервісів для подання скарг та звернень щодо порушень конкурентного законодавства, а також впровадження систем аналізу даних для

виявлення антиконкурентних практик.

Загалом, для подолання проблем у конкурентному середовищі України необхідно поєднувати зусилля держави, бізнесу та громадськості, спрямовуючи їх на створення прозорих, відкритих та ефективних умов для розвитку економіки та підвищення життєвого рівня населення.

Розділ 4. Охорона праці на ТОВ «АВТОСТАРТ»

4.1 Охорона праці у товаристві

ТОВ «АВТОСТАРТ» наймає працівників для ведення свого бізнесу. Працівники, які підпадають під дію трудового законодавства, користуються багатьма правами та захистом, передбаченими законом. До них належать інші, питання, пов'язані з умовами праці, оплатою праці, тривалістю робочого часу, а також питання, пов'язані з охороною праці та технікою безпеки.

Безпечна праця – основоположне право кожного працівника. Безпечне та здорове робоче середовище є основоположним принципом і правильним на роботі.

Поняття охорони праці тому по-різному розуміється та інтерпретується теоретиками. Його розуміння формувалося історично: на початку розвитку промисловості (початок ХІХ століття) воно означало захист основних інтересів робочої сили, а потім у самому трудовому праві, важливим елементом якого воно є, змінилося в залежності від предмету регулювання, мети і обсягу. У післявоєнній літературі, незважаючи на подальші розбіжності щодо мети та обсягу охорони праці, існує досить одностайний погляд на предмет охорони. Охорона праці це всі дії, що мають характер подолання труднощів для задоволення чийось істотних потреб, чи охорона найманої праці або його інтересів, чи охорона живої праці, іншими словами – робочої сили (працівників). Таким чином, предметом охорони праці є працівник.

За словами В. Шуберта, охорона праці – це система правових, економічних, організаційних та технічних засобів, що служать для забезпечення працівникам безпеки та охорони здоров'я в процесі праці [53, с. 72]. Під системою слід розуміти сукупність упорядкованих одиниць, що утворюють організаційну цілісність, спрямовану на досягнення єдиної мети.

У теорії існують різні погляди щодо визначення цієї мети. Одні автори вважають, що основною метою охорони праці є захист здоров'я та життя

працівників у робочому середовищі для збереження їхньої працездатності, а отже, забезпечення їм економічної та соціальної безпеки. Інші ж переконані, що основною метою охорони праці є захист здоров'я та життя працівника, і той факт, що працівник здоровий, забезпечує йому працездатність. Відповідно до міжнародних регулювань, зокрема, враховуючи визначення Всесвітньої організації охорони здоров'я, згідно з яким здоров'я – це не лише відсутність хвороби, а й стан фізичного, психічного та соціального благополуччя, здається, що основною метою охорони праці є забезпечення здоров'я, розуміючого за цією дефініцією.

Також у науці права звертається увага на двояке розуміння поняття "охорона праці". У широкому сенсі це поняття ототожнюється з охоронною функцією трудового права, що означає захист інтересів працівників, охоплюючи всі норми трудового права та правила, що регулюють обов'язки і принципи відповідальності за їх недотримання або норми трудового права, які мають охоронний характер, такі як захист стабільності трудових відносин, оплати праці, встановлення максимального робочого часу чи мінімальної відпустки.

У вузькому розумінні цього поняття, охорона праці – це комплекс правових норм, що мають на меті забезпечення роботодавцями безпеки і захисту здоров'я працівників у процесі праці. Об'єктом охорони праці в цьому контексті буде захист працівника від шкідливого впливу робочого середовища на його здоров'я та загрозу його життю.

Окрім самого обсягу поняття "охорона праці", важливо також визначити суб'єктивний обсяг цього поняття, яке у вузькому сенсі використовується як загальний захист праці, що забезпечує безпеку і охорону здоров'я всіх працівників, а в ширшому сенсі - як особливий захист праці жінок та неповнолітніх. Під поняттям безпеки слід розуміти відсутність неприйнятної ризику шкоди, а під охороною здоров'я – гарантії, закладені в правових нормах, що встановлюють такі умови праці, які, згідно з визначенням ВООЗ,

забезпечують працівникові стан фізичного, психічного та соціального благополуччя.

Цей поділ, запроваджений для систематизації правових норм охорони праці, часто в теорії доповнюється положеннями, що стосуються організації та компетенції органів нагляду за умовами праці, або містить виділення загальних і галузевих положень, виданих на підставі делегування кодексу (тоді не можна говорити, що основою цього поділу є суб'єктивний обсяг).

Слід зазначити, що і цей поділ не повністю відображає сутність поняття охорони праці в правовому сенсі. Це стосується передусім охорони праці у ширшому сенсі, тобто охорони праці жінок та неповнолітніх. Серед правових норм, що регулюють цей аспект охорони праці, є низка норм, які стосуються не лише безпеки та охорони здоров'я суб'єктів, що підлягають захисту, а й захисту трудових інтересів, таких як гарантування вагітній жінці та жінці, яка виховує дітей, стабільності трудових відносин чи забезпечення неповнолітнім можливості продовжувати навчання.

З вищезазначеного випливає, що поняття охорони праці не є однозначним і повинно конкретизуватися для визначених потреб. Модифікуючи до умов ринкової економіки визначення охорони праці, що використовується протягом багатьох років на практиці, можна вважати, що охорона праці - це сукупність правових норм та дослідницьких, організаційних і технічних засобів, спрямованих на захист прав працівника та охорону його життя і здоров'я від небезпечних і шкідливих чинників у робочому середовищі, а також створення йому оптимальних умов праці з точки зору ергономіки, фізіології та психології праці.

У міжнародному соціальному праві, щоб виокремити положення, які забезпечують працівникові безпеку та охорону здоров'я у процесі праці від розуміння охорони праці у сенсі всього комплексу норм трудового права, їх визначають як положення з безпеки та охорони здоров'я працівників. У польському праві прийнято визначення: положення з безпеки та гігієни праці.

Незважаючи на схожість термінології, прийнятої у міжнародному та польському праві, визначення, що міститься у польському праві, стосується предмету регулювання (що стосується роботи чи умов праці), тоді як у міжнародному праві ці положення захищають суб'єкт, яким є працівник. Забезпечення безпечних і гігієнічних умов праці, яке у польському праві набуло форми конституційного принципу, у міжнародному праві є лише засобом для досягнення мети, якою є безпека та охорона здоров'я працівника.

Згідно з охороною праці, стан безпеки існує тоді, коли немає високого ризику пошкодження робочого місця. Ще одним питанням, за яким стежить охорона праці, є гарантія здоров'я працівників. А саме, на робочому місці повинні створюватися такі умови, які збігаються з припущеннями МОЗ, тобто забезпечувати працівникові комфорт:

- психічних;
- соціальний;
- фізичний.

Одним з важливих елементів охорони праці є дотримання та проведення навчання з охорони праці навченим персоналом з даної тематики. Охорона праці – це сукупність стандартів, спрямованих на захист працівників від можливого ризику пошкодження або нещасних випадків та організацію гігієнічних та комфортних умов праці.

Завдання охорони праці

Цілі охорони праці ТОВ «АВТОСТАРТ» можуть бути досить складними та комплексними. Серед них можна виділити наступні:

- контроль на робочому місці;
- дотримання та захист прав працівників;
- мінімізація ризику, пов'язаного з перебуванням в небезпечних і шкідливих умовах на робочому місці;
- оптимізація умов праці з фізіологічної та психологічної точки зору.

Згідно з припущеннями охорони праці, роботодавець несе основну відповідальність за забезпечення безпечних і комфортних умов на робочому місці. До його обов'язків, серед іншого, входить:

- адаптація робочого місця до всіх норм охорони праці;
- забезпечення співробітників необхідним обладнанням і підтримання порядку на робочому місці;
- контроль працівників на предмет дотримання норм охорони праці;
- дотримання рекомендацій лікаря, присутнього на робочому місці.

Як найманий працівник, ви повинні виконувати такі зобов'язання, як:

- дотримання та досконале знання норм охорони праці;
- виконання всіх припущень з охорони праці разом з начальством і роботодавцем.

Правовій охороні праці присвячений цілий розділ КЗпП, який визначає ризики, пов'язані з різними предметами, машинами або інструментами, а також те, як працівник повинен бути підготовлений до виконання професії з точки зору здоров'я і психології.

Отже, охорона праці спрямована на захист прав працівника і, перш за все, його життя і здоров'я від небезпечних і шкідливих факторів виробничого середовища. Вона спрямована на створення оптимальних умов праці для працівника з точки зору ергономіки, фізіології та психології праці. Всі ці фактори повинні забезпечити безпеку і гігієну працюючої людини на робочому місці. У всій системі охорони праці на перший план виходить людина і її здоров'я, саме тому поняття охорони праці складається з правових гарантій.

Доведено, що оцінка стану охорони праці має бути всебічною та комплексною. У цьому контексті роботодавець повинен визначати та регулярно коригувати методи періодичної оцінки відповідності стану охорони праці чинному законодавству та державним нормативним вимогам. Для цього впроваджуються процеси систематичного спостереження, вимірювання та

реєстрації ефективності операцій, які можуть впливати на умови праці. Отримані результати аналізу системи використовуються для внесення необхідних змін у політику, цілі та завдання управління охороною праці, з урахуванням оцінки стану охорони праці, змін зовнішніх умов та вимог стосовно постійного вдосконалення системи охорони праці.

ВИСНОВКИ

Ефективність діяльності підприємства є складним економічним поняттям, яке можна розглядати як комплексне оцінювання результатів використання всіх видів ресурсів. Вона визначається як результативність діяльності, що виражається відношенням отриманого ефекту до витрачених ресурсів, а також як міра досягнення поставлених цілей для максимального задоволення потреб цільового ринку та отримання запланованого рівня прибутку.

У цьому визначенні враховується не лише ефект, отриманий від економного використання ресурсів, але й досягнення поставлених цілей. Головним індикатором ефективності діяльності підприємства визнано його прибуток.

Економічна категорія "ефективність" відіграє ключову роль у діяльності та функціонуванні підприємств, організацій та суб'єктів господарювання, що робить її основним узагальнюючим показником оцінки їхньої діяльності. У сучасній літературі автори-науковці не дають єдиного визначення цьому терміну, хоча розуміння поняття "ефективність" є важливим для проведення економічної оцінки.

У результаті дослідження ми узагальнили трактування науковців та надали авторські визначення економічних категорій. Ці визначення допомагають точніше розуміти сутність таких економічних категорій, як "ефективність", "економічність" і є основою для подальшого дослідження шляхів та методів економічної оцінки ефективності.

Оцінка конкурентних переваг підприємства потребує створення ефективного методичного підґрунтя, яке враховуватиме динаміку внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства у гармонійній взаємодії з соціально-економічним, технологічним та природним оточенням. Лише обґрунтований методологічний підхід до формування динамічної

системи управління конкурентними перевагами та послідовних дій з її створення може визначити успіх підприємства в ринковому середовищі.

Ефективне формування конкурентних переваг базується на якісному, кількісному та вартісному підходах через розвиток якісних і кількісних характеристик процесу або продукції. Цей підхід відрізняється від інших тим, що зменшення собівартості продукції досягається за рахунок використання дешевших ресурсів та впровадження більш продуктивних технологій. Переваги в якості досягаються за рахунок упровадження нових продуктів з унікальними або значно вдосконаленими характеристиками. Переваги в обслуговуванні споживача досягаються за рахунок використання інформаційних технологій та організаційних інновацій.

Таким чином, еволюційні зміни в теорії конкурентних переваг були зумовлені об'єктивними факторами, зокрема особливостями історичного розвитку країн та можливістю здобувати переваги у зовнішній торгівлі. Найбільші трансформації конкурентна парадигма зазнала наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття. У сучасних умовах гіперконкуренції та глобалізації ключовими інститутами стали високі технології, ІТ-інфраструктура, знання і компетенції, а також зберігається актуальність прибутку, ринкової системи господарювання і обмеженої ролі державного регулювання при зростанні комплементарності національних економік. Праці останнього десятиліття відзначаються посиленою увагою до бізнес-моделей співпраці та екологічного фактора виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук В. Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва. *Економіка АПК*. 2005. № 5. С. 52–63.
2. Базилевич В. Д. Економічна теорія: політекономія 6-те вид. перероб. і доп. К.: Знання-Прес, 2007. 154 с.
3. Воскобійник Ю.П., Шпикуляк О.Г. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг). за ред. Ю.П. Воскобійника, О.Г. Шпикуляка. К.: ННЦ ІАЕ, 2010. 343 с.
4. Жнякін Б. О., Краснова В. В. Економіка підприємства: навч. посібник для вузів. Донецьк: Альфапрес, 2005. 160 с.
5. Лямець В. І. Системний аналіз. Вступний курс. 2-е вид., перероб. та допов. Х.: ХНУРЕ, 2004. 396 с.
6. Нусінов В. Я., Турило А. М., Темченко А. Г. Економічний аналіз діяльності підприємств і об'єднання промисловості: навчальний посібник. Кривий Ріг: Мінерал, 1999. 172 с.
7. Орлов П. А. Економіка підприємства: навчальний посібник. Х.: ХНЕУ, 2000. 401 с.
8. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності. К: Академія, 2005 р. 280 с.
9. Райзберг Б. А. Сучасний економічний словник. 4-те вид. перероб. і доп. Київ: Слово, 2005. 479 с.
10. Сурмін Ю. П. Теорія систем і системний аналіз: навчальний посібник. К.: МАУП, 2010. 368 с.
11. Шпикуляк О., Гуменюк М., Неміш Д., Шеленко Д., Ксенофонтова К. Державна підтримка розвитку сімейних фермерських господарств як фактор підвищення їхньої конкурентоспроможності. Економічні та соціальні детермінанти конкурентоспроможності підприємництва: колективна

монографія / за заг. ред. Лопатинського Ю.М., Зибаревої О.В. Колективна монографія (розділ). Чернівці: Технодрук, 2023. С. 437-470.

12. Мочерний С. В., Єрохін С. А., Каніщенко Л. О. та ін. Основи економічної теорії. К.: Знання, 2000. 325 с.

13. Федулова Л. І. Менеджмент організацій: підручник. К.: Либідь, 2003. 448 с.

14. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.

15. Grafton R. Q. Private property and economic efficiency: a study of a common-pool resource. *Journal of Law and Economics*. 2000. Vol. 43, No. 2, P. 679-714.

16. Череп А. В., Стрілець Є. М. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_1_26

17. Близнюк С., Остапенко А. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 41–42.

18. Шеленко Д.І., Баланюк І.Ф. Конкурентоспроможність фермерських господарств на ринку. *Зб. тез доп. Всеукр. наук. практ. конф. Наукове забезпечення становлення та розвитку фермерського руху в Україні з нагоди 85-ї річниці від дня народження відомого українського вченого д.е.н., проф., академіка НААН В.Я. Месель-Веселяка (5 вер. 2023 р.)*. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2023. С. 11–14.

19. Шпикуляк О.Г. Інститут витрат в економічній теорії і практиці господарювання. *Збір. наук. праць. Економічні науки. Серія економічна теорія та економічна історія*. Вип. 5(19), Ч. 2. Луцьк. 2008. С. 323-329.

20. Амосов О. Ю. Формування потенціалу підприємства: організаційний та управлінський аспект. *Бізнес Інформ*. 2012. № 12. С. 337–340.

21. Вовк О. М. Ковальчук А. М. Кривенко В. О. Концептуальні основи забезпечення ефективності інвестиційної діяльності транспортних підприємств. *Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. 2020. № 42. С. 50–54.

22. Кендюхов О. В., Болгов В. Є., Залізнюк В. П. Чинники ефективності експортної діяльності підприємства. *Економіка і організація управління*. 2017. № 1. С. 38–51.

23. Михальчук Л.В., Батуріна І.В. Конкурентне середовище підприємства у сучасних умовах. *Вісник ЖДТУ*. 2014. № 3 (69). С. 152–156.

24. Матковський П.Є., Шеленко Д.І., Левандівський О.Т. Кооперація сільськогосподарських підприємств на основі їх земельного та інноваційно-інвестиційного ресурсного потенціалу. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. Вип. 2 (39) 2023*. С. 37-40. http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/39_2023/8.pdf

25. Мазур А.М., Мазур М.М. Амортизаційна політика: теоретичні аспекти та роль у підвищенні ефективності діяльності суб'єктів підприємництва. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. № 5 (05). С. 294–298.

26. Кобзева К. В. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування. *Проблеми економіки*. 2013. № 4. С. 281–285.

27. Шпикуляк О.Г., Воскобійник Ю.П., Овсянніков О.В. та ін. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг). За ред. О.Г. Шпикуляка, Ю.П. Воскобійника, О.В. Овсяннікова. К.: 2007. 294 с.

28. Balaniuk, I.F., Shelenko, D.I., Biloshkurskyi, M. V., Povorozniuk, I.M., & Slatvinska, L.A. (2020). An integrated approach to the enterprises' business efficiency assessment. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(4), 486–496. <https://doi.org/10.15544/mts.2020.50> <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2006/1471>

29. Войчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 50-53.
30. Діденко Є.О., Жураківський П.І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Дніпропетровськ: ДДАЕУ, 2017. № 5. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5590>
31. Касич А.О., Назарова М.В., Климович Т.А. Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України. *Держава та регіони: науково-виробничий журнал*. 2018. № 2. С. 66-69.
32. Касич А.О., Глущенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65-70.
33. Левандівський О.Т., Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І. Сас Л.С. Фінансовий механізм капіталізації земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств регіону у взаємозв'язку із територіальними громадами. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17, Т. 2, С. 124-134. <https://doi.org/10.15330/apred.2.14.8-16>
34. Шпикуляк О.Г. До проблеми моніторингу витрат-ефективності виробництва в сільськогосподарських підприємств. *Наук.-метод. журн. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Фінанси і кредит*. Вип. 2 (23), 2007. С. 235-241.
35. Білецька К. Ю. Сутність категорії "Економічна ефективність виробництва". *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2014. Вип. 150. С. 74-81.
36. Касич А.О., Харькова Ж.В. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85.
37. Гупало А. О. Визначення змісту понять: «ефект», «ефективність» та «результативність». *Проблеми формування нової економіки XXI століття* :

матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 21–22 груд. 2012 р.: у 3 т. Дніпропетровськ. С. 6-9.

38. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 11. С. 290-294.

39. Касич А.О., М. Вохозка Theoretical and methodical foundations of sustainable management in modern companies. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 298-305.

40. Шеленко Д.І., Арделан В. І. Ефективність управлінських рішень на підприємстві в сучасних умовах глобалізації ринків. Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств: матеріали VII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (23-25 травня 2018 р). Проблематика 2018 р.: Сільськогосподарські підприємства України в умовах агропромислової інтеграції. Львів: Ліга-Прес, 2018. С. 95-97.

41. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Збірник наукових праць «Економічний простір»*. 2020. № 154. С. 93-97.

42. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. 2015. Вип. 4. Т. 59. С. 80-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2015_4_14.

43. Гуменюк М.М., Неміш Д.В., Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І. Основні чинники ефективного функціонування малого аграрного підприємництва. *Вісник аграрної науки*. 2021, № 9 (822). С. 80-88.

44. Брінь П. В., Нехме М. Н. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. *Причорноморські економічні студії*. 2021. № 64. С. 36-43. DOI: 10.32843/bses.64-7.

45. Борисюк І. О., Мельник К. О. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства. *Modern Economics*. 2018. № 12. С. 6-11. DOI: 10.31521/modecon.V12(2018)-01.

46. Євтушенко Н. О., Гурін Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2022. Вип. 3-4. Т. 40. С. 24- 28. DOI: 10.31673/2415-8089.2022.032328.

47. Humeniuk M., Shelenko D., Nemish D., Balaniuk I. (2021). Improving the efficiency of agricultural entrepreneurship by processing rapeseed to biodiesel. Підвищення ефективності сільськогосподарського підприємництва шляхом переробки ріпаку на біодизель. *Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*, Vol. 21(3). pp. 431–438. URL: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000702305500049>

48. Comanescu E. L., Ponea-radu I. A., Petre-stan C. Competitiveness of Companies in the Competitive Environment - The Essential Question of Performance Management. International conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION, 2018., No. 1 Vol. 24. P. 273-278.

49. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 274-282. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2013_4_28.

50. Леськів І., Шеленко Д., Сивків В. Аналіз та контроль ефективного використання виробничих запасів підприємницьких структур. *Мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення»*, ФОП Однорог Т.В., 2022. С. 33-34.

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

52. Нагернюк Д., Коваленко Л. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. С. 1-6.

53. Постова В. В. Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку ресторанних послуг *Економіка та управління*

підприємствами. 2023. № 82. С. 71-75. URL:
http://bses.in.ua/journals/2023/82_2023/13.pdf

54 Перерва П.Г., Кравчук А. В. Дослідження категорій "ефективність", "результативність" та "економічність" *Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі : зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременчуцький нац. ун-т ім. Михайла Остроградського. Електрон. текстові дані. – Кременчук, 2017. – С. 149-152*

Фінансова звітність підприємства

Таблиця Е.1

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ТОВ «Автостарт» на 31.12.2023 р.

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	115	61	0
первісна вартість	1001	332	314	0
накопичена амортизація	1002	217	253	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	390	0
Основні засоби:	1010	1832	1673	0
первісна вартість	1011	3245	3377	0
знос	1012	1413	1704	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	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	26	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	0	0	0
Усього за розділом I	1095	1973	2124	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	87	77	0
Виробничі запаси	1101	87	77	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	0	0	0

Продовження додатку А

Продовження таблиці А.1

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	210	210	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	53	53	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	27768	25214	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	28031	25477	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	9	18	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
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 звітнього періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0

Продовження додатку А

Закінчення табл. А.1

1	2	3	4	5
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	9	18	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	3823	1952	0
за розрахунками з бюджетом	1620	1173	2283	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	0	0	0
за розрахунками з оплати праці	1630	7	8	0
за одержаними авансами	1635	75289	37358	0
за розрахунками з учасниками із внутрішніх розрахунків	1645	3855	11819	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1	1	0
Усього за розділом III	1695	84172	53445	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
У. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	112212	78940	0

Примітки

Примітки відсутні

Керівник

Головний бухгалтер

Продовження додатку А

Таблиця А.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

ТОВ «Автостарт» за 2023 р.

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	22508	36832
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2021	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2022	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(6610)	(9003)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	15898	27829
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	22453	15243
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(10599)	(12879)
Витрати на збут	2150	(0)	(378)
Інші операційні витрати	2180	(23495)	(14538)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)

Продовження додатку А

Продовження табл. А.2

1	2	3	4
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	4257	15277
прибуток			
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	870	0
Інші доходи	2240	135	164
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(9)
Інші витрати	2270	(28)	(40)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:	2290	5234	15392
прибуток			
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	147	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	5381	15392
прибуток			
збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	5381	15392

Продовження додатку А

Продовження табл. А.2

ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	651	734
Витрати на оплату праці	2505	9437	12614
Відрахування на соціальні заходи	2510	2464	2994
Амортизація	2515	732	712
Інші операційні витрати	2520	5659	3262
Разом	2550	18943	20316

ІV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки

Примітки відсутні

Керівник

Головний бухгалтер

Продовження додатку А

Таблиця А.3

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

ТОВ «Автостарт» за 2023 р.

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	1433826	908359
Повернення податків і зборів	3005	36	0
у тому числі податку на додану вартість	3006	0	0
Цільового фінансування	3010	0	0
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	0	0
Надходження від повернення авансів	3020	60146	337
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	870	385
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	0	0
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	22559	64872
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	(1350689)	(863650)
Праці	3105	(7750)	(10370)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(2780)	(3408)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(26414)	(21823)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(5329)	(5372)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(19590)	(13431)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(1494)	(2060)
Витрачання на оплату авансів	3135	(0)	(0)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(63123)	(48255)

Продовження додатку А

Продовження табл. А.3

1	2	3	4
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(0)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(0)	(0)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(0)	(0)
Інші витрачання	3190	(64465)	(15353)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	2216	11094
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	163	196
Надходження від отриманих: відсотків	3215	0	0
дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	13	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	0	0
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(0)	(0)
необоротних активів	3260	(1225)	(2026)
Виплати за деривативами	3270	(0)	(0)
Витрачання на надання позик	3275	(0)	(0)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(0)	(0)
Інші платежі	3290	(0)	(0)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-1049	-1830
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	0	0
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	383	0
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	(0)	(0)

Продовження додатку А

Продовження табл. А.3

1	2	3	4
Погашення позик	3350	0	0
Сплату дивідендів	3355	(6700)	(0)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(0)	(0)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(0)	(0)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(0)	(0)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(0)	(0)
Інші платежі	3390	(0)	(4)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-6317	-4
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-5150	9260
Залишок коштів на початок року	3405	16760	7500
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	0	0
Залишок коштів на кінець року	3415	11610	16760

Примітки

Примітки відсутні

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Б

**Алгоритм розрахунків показників фінансового стану
ТОВ «Автостарт» (2022-2023 рр.)**

Таблиця Б.1

**Алгоритм розрахунку показників фінансової стійкості
ТОВ «Автостарт» (2022-2023 рр.)**

№ /п	Назва показника	Методика розрахунку	Код рядка фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва Форма № 1-м	31.12.2021	31.12.2022
1.	Наявність власних оборотних коштів	Оборотні активи – Поточні зобов'язання	1195-1695	110239-84172	76816-53445
2.	Коефіцієнт автономії	$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Загальний капітал}}$	$\frac{1495}{1300}$	$\frac{28301}{112215}$	$\frac{25477}{78940}$
3.	Коефіцієнт фінансової залежності	$\frac{\text{Загальний капітал}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{1300 - 1495}{1495}$	$\frac{112215}{28301}$	$\frac{78940}{25477}$
4.	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\frac{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання} - \text{Необоротні активи}}{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання}}$	$\frac{1495 + 1595 - 1095}{1495 + 1595}$	$\frac{28301 + 9 - 1973}{28301 + 9}$	$\frac{25477 + 18 - 2124}{25477 + 18}$
5.	Коефіцієнт фінансового ризику	$\frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{1595 + 1695 + 1665}{1495}$	$\frac{9 + 84172}{28301}$	$\frac{18 + 53445}{25477}$

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Таблиця Б.2

**Алгоритм розрахунку показників ліквідності
ТОВ «Автостарт» (2022-2023 рр.)**

№ п/п	Назва показника	Методика розрахунку	Код рядка фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва Форма № 1-м	2021	2022
1.	Коефіцієнт покриття	$\frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$\frac{1195}{1695}$	$\frac{110239}{84172}$	$\frac{76816}{53445}$
2.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\text{Грошові кошти та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$\frac{1165}{1695 - 1690}$	$\frac{16760}{84172 - 1}$	$\frac{11610}{53445 - 1}$
3.	Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{\text{Грошові кошти} + \text{Поточні фінансові інвестиції} + \text{Дебіторська заборгованість}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$\frac{1165 + 1160 + 1155 + 1125}{1695 - 1690}$	$\frac{16760 + 37 + 11962}{84172 - 1}$	$\frac{11610 + 43 + 11513}{53445 - 1}$

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Закінчення додатку Б

Таблиця Б 3

Алгоритм розрахунку окремих індикаторів фінансового стану

ТОВ «Автостарт» (2022-2023 рр.)

№ п/п	Назва показника	Методика розрахунку	Алгоритм	2021	2022
1.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів (загальний)	$\frac{\text{Чиста реалізація за період}}{\text{Середній залишок оборотних активів}}$	$\frac{\text{Код 2000 ф. 2}}{\text{Код 1195 ф. 1(с. з.)}}$	$\frac{36832}{(110239 + 38979) \div 2}$	$\frac{22508}{(110239 + 76816) \div 2}$
2.	Окупність витрат прибутком	$\frac{\text{Прибуток від реалізації}}{\text{собівартість}} \times 100\%$	$\frac{\text{Код 2000 - 2150 ф. 2}}{\text{Код 2050 ф. 2}} \times 100\%$	$\frac{36832 - 378216}{9003} \times 100\%$	$\frac{22508}{6610} \times 100\%$
3.	Рентабельність продажу	$\frac{\text{Прибуток від реалізації}}{\text{Чиста реалізація}} \times 100\%$	$\frac{\text{Код 2090 - 2150 ф. 2}}{\text{Код 2000 ф. 2}} \times 100\%$	$\frac{27829 - 378}{36832} \times 100\%$	$\frac{15898}{22508} \times 100\%$
4.	Рентабельність активів	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Активи (с. з.)}} \times 100\%$	$\frac{\text{Код 2290 ф. 2}}{\text{Код 1300 ф. 1}} \times 100\%$	$\frac{15392}{(40081 + 112212) \div 2} \times 100\%$	$\frac{5234}{(112212 + 78940) \div 2} \times 100\%$
5.	Рентабельність власного капіталу	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал (с. з.)}} \times 100\%$	$\frac{\text{Код 2290 ф. 2}}{\text{Код 1495 ф. 1}} \times 100\%$	$\frac{15392}{(16538 + 28031) \div 2} \times 100\%$	$\frac{5234}{(28031 + 25477) \div 2} \times 100\%$

Джерело: розраховано автором за даними підприємства