

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Острозька академія»
Економічний факультет
Кафедра економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему: **«Оцінювання стану підприємницької діяльності в
сфері торгівлі»**

Виконала:

студентка спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-професійної програми
«Економічна кібернетика»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Солтис-Шолудько Наталія Василівна

Керівник: доктор економічних наук, професор
Аверкина Марина Федорівна

Рецензент:

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри теоретичної та прикладної
системотехніки Харківського національного
університету імені Н.В.Каразіна
Чуб Ольга Ігорівна

"РОБОТА ДОПУЩЕНА ДО ЗАХИСТУ"

Завідувач кафедри економіко-математичного моделювання

та інформаційних технологій _____ (проф. Ольга КРИВИЦЬКА)

Протокол № 5 від 04 грудня 2023 р.

Острог, 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»

Економічний факультет
Кафедра економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Економічна кібернетика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри економіко-
математичного моделювання та
інформаційних технологій

проф., д.е.н. Ольга КРИВИЦЬКА

“ _____ ” _____ 202__ року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Солтис-Шолудько Наталії Василівни

1. Тема роботи: Оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі

керівник роботи: *Аверкина Марина Федорівна, доктор економічних наук, професор*

затверджено наказом ректора Національного Університету «Острозька академія»
від 31 жовтня 2022 р. №77

2. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру: *08 грудня 2023 року*

3. Вихідні дані до роботи: *науково-публіцистичні праці з досліджуваної проблематики вітчизняних та зарубіжних вчених, дані Державної служби статистики України, дані нормативно-правових документів в сфері торгівлі, баланс (звіт про фінансовий стан), статут підприємства, інтерв'ю з керівниками підприємства.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *1) теоретичні засади дослідження особливостей управлінських рішень; 2) методичні засади оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі; 3) комплексне оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі на прикладі ЗВЗТП.*

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): графічно відобразити динаміку кількості діючих суб'єктів господарювання у розрізі регіонів, динаміку роздрібного товарообороту підприємств роздрібно торгівлі, динаміку обсягів роздрібного товарообороту ВЗТП, динаміку обсягу товарообороту підприємств в області, схематично відобразити організаційну структуру Здолбунівського ВЗТП, динаміку інтегральних показників за групами для ВЗТП, динаміку загального інтегрального показника стану підприємницької діяльності ВЗТП.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Аверкина М. Ф., доктор економічних наук, професор кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій	27.02.2023	27.02.2023
Розділ 2	Аверкина М. Ф., доктор економічних наук, професор кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій	01.05.2023	01.05.2023
Розділ 3	Аверкина М. Ф., доктор економічних наук, професор кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій	05.06.2023	05.06.2023

7. Дата видачі завдання: 01 листопада 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вивчення літератури	до 01.02.2023	
2.	Розробка змісту (плану)	до 20.02.2023	
3.	Ознайомлення керівника з текстом кваліфікаційної роботи (чорновий варіант):		
3.1	Розділ 1	до 11.09.2023	
3.2	Розділ 2	до 16.10.2023	
3.3	Розділ 3	до 11.11.2022	
4.	Ознайомлення керівника з текстом кваліфікаційної роботи із врахуванням зауважень	до 20.11.2023	
5.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	до 24.11.2023	
6.	Реєстрація на Moodle, перевірка на рівень унікальності	до 04.12.2023	
7.	Рецензування кваліфікаційної роботи	до 08.12.2023	
8.	Здача роботи на кафедрі	до 13.12.2023	

Студентка _____ Наталія СОЛТИС-ШОЛУДЬКО

Керівник роботи _____ Марина АВЕРКИНА

АНОТАЦІЯ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра

Тема: «Оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі»

Автор: Солтис-Шолудько Наталія Василівна

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Аверкіна Марина Федорівна

Захищена «.....»2023 року.

Короткий зміст праці: Оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі є ключовим інструментом для успішного управління бізнесом у сучасних умовах ринкової конкуренції.

У першому розділі досліджено теоретичні та правові аспекти сутності підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі. Визначено чинники впливу на розвиток торгівлі. Проаналізовано основні етапи підприємницької діяльності, їх класифікація та основна мета.

У другому розділі визначено основні підходи до оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі. Проаналізовано сучасний стан торгівлі в Україні протягом 2017–2021 років. Використано основні показники для аналізу, а саме: кількість суб'єктів господарювання на ринку за розміром підприємства, регіональна структура роздрібного товарообороту підприємств та товарна структура роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах. Проаналізовано економічні характеристики підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі (на прикладі ЗВЗТП).

У третьому розділі оцінено стан підприємницької діяльності в сфері торгівлі на прикладі ЗВЗТП, оцінено твердження з використанням методу описової подібності в частині підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП та визначено напрями та перспективи вдосконалення розвитку підприємства.

Ключові слова: підприємництво, торгівля, підприємницька діяльність, роздрібна торгівля, ринок роздрібної торгівлі, чинники, товарооборот.

_____ Наталія СОЛТИС-ШОЛУДЬКО

ANNOTATION
qualification work
to obtain a master's degree

Topic: «**Descriptive similarity in the management decision support system**»

Author: Soltys-Sholudko Nataliia

Academic supervisor: Doctor of Economic Sciences, Professor Maryna Averkyna

Protected by "....."2023.

Summary of the work: Assessing the state of entrepreneurial activity in the field of trade is a key tool for successful business management in modern conditions of market competition.

The first chapter deals with investigation of the theoretical and legal aspects of the essence of entrepreneurial activity in the field of retail trade. Factors influencing the development of trade are determined. The main stages of entrepreneurial activity, their classification and main purpose are analyzed.

In the second chapter, the main approaches to assessing the state of entrepreneurial activity in the field of trade are defined. The current state of trade in Ukraine during 2017–2021 was analyzed. The main indicators were used for the analysis, namely: the number of economic entities on the market by enterprise size, the regional structure of the retail turnover of enterprises and the commodity structure of the retail turnover of enterprises in food and non-food goods. The economic characteristics of entrepreneurial activity in the field of retail trade are analyzed (on the example of ZVZTP).

In the third section, the state of entrepreneurial activity in the field of trade is evaluated on the example of the ZVZTP, the statement using the method of descriptive similarity in terms of increasing the efficiency of the entrepreneurial activity of the VZTP is evaluated, and the directions and prospects for improving the development of the enterprise are determined.

Keywords: entrepreneurship, trade, entrepreneurial activity, retail trade, retail market, factors, turnover.

_____ Nataliia SOLTYS-SHOLUDKO

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ	11
1.1. Значення підприємницької діяльності в сфері торгівлі.....	11
1.2. Чинники впливу на розвиток торгівлі	19
1.3. Характерні особливості розвитку роздрібної торгівлі в Україні	23
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ	31
2.1. Підходи до оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі.....	31
2.2. Стан розвитку сфери торгівлі в Україні	34
2.3. Економічні характеристики підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі (на прикладі Здолбунівського виробничо-заготівельно-торгового підприємства).....	42
Висновки до розділу 2	64
РОЗДІЛ 3. КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ НА ПРИКЛАДІ ЗВЗТП	65
3.1. Інтегральне оцінювання стану підприємницької діяльності ВЗТП	65
3.3. Оцінювання ймовірності настання банкрутства	69
3.3. Оцінювання тверджень з використанням методу описової подібності щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП.....	72
3.4. Напрями та перспективи вдосконалення розвитку підприємства ..	78
Висновки до розділу 3	85

ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	98

ВСТУП

Дослідження проблеми забезпечення розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі є дуже актуальним в наш час. Торгівля є однією з найбільш значущих галузей економіки в більшості країн світу, що становить значну частину ВВП та забезпечує робочі місця для мільйонів людей. Характерною особливістю сучасних умов господарювання в Україні за останні роки є швидкий технологічний прогрес, який відкриває нові перспективи для розвитку підприємницької діяльності в торгівлі. Також в умовах воєнного стану відбулася трансформація підприємницької діяльності. Це спричинило зростання конкуренції, для виживання в таких умовах суб'єкт підприємницької діяльності в торгівлі має постійно турбуватися про підвищення своєї конкурентоспроможності та ефективності.

Науково-практична проблема дослідження забезпечення розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі полягає у вивченні та аналізі чинників, що впливають на економічне зростання підприємств у торговельній галузі, а також в розробці стратегій та рекомендацій для підприємців з метою підвищення ефективності їхньої діяльності.

Проблемі забезпечення розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі приділяється значна увага в сучасній науковій літературі. Дослідженням сучасного стану та тенденцій розвитку торговельного ринку України займалися значна когорта провідних вітчизняних учених-науковців, а саме: В. Апопій, С. Веретін, І. Брітченко, О. Маслеников, Л. Яцун, О. Филипченко, Л. Омлянович, О. Шимко, В. Ровенська, А. Савощенко, В. Радаєва, Т. Фуртало, А. Яремко та інші. Значний внесок у дослідження проблематики сутності та регулювання підприємницької діяльності в сфері торгівлі зробили : Н. Воротіна, Н. Саніахметова, В. Мамутов, В. Селіванов, В. Щербина, П. Верхан, А. Сміт, Д. Рікардо.

Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, ситуація на ринку роздрібною торгівлі постійно змінюється. За таких умов особливої актуальності

набуває подальше дослідження, визначення недоліків і напрямків розвитку торговельного ринку України.

Мета дослідження полягає у комплексному оцінюванні стану підприємницької діяльності.

Для досягнення поставленої мети поставлено та виконано низку завдань:

- розкрито сутність та значення підприємницької діяльності в сфері торгівлі;
- визначено фактори впливу на розвиток торгівлі;
- охарактеризовано особливості розвитку торгівлі в Україні.
- розкрито підходи до оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері.
- оцінено стан розвитку сфери торгівлі в Україні;
- проаналізовано економічні характеристики підприємницької діяльності в сфері роздрібною торгівлі (на прикладі ЗВЗТП);
- оцінено розвиток підприємницької діяльності ВЗТП;
- оцінено твердження з використанням методу описової подібності в частині підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП;
- визначено напрями та перспективи вдосконалення розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі (на прикладі ЗВЗТП). Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних засад та методів оцінювання підприємницької діяльності в сфері торгівлі.

Теоретичною основою дослідження стали законодавчі та нормативні акти України, наукові праці вітчизняних і закордонних учених з досліджуваної проблеми, фундаментальні положення економічної теорії.

Методична основа дослідження підприємницької діяльності в сфері торгівлі базована на застосуванні загальнонаукових та спеціальних методів досліджень.

Головна ідея дослідження – дослідити стан розвитку роздрібної торгівлі в Україні, оцінити підприємницьку діяльності та визначити напрями вдосконалення розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі.

Роботу спроектовано на виконання трьох розділів. У першому розділі охарактеризовано теоретичні аспекти оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі, розкрито сутність та значення підприємницької діяльності в сфері торгівлі, визначено фактори впливу на розвиток торгівлі, висвітлено характерні особливості розвитку торгівлі в Україні. Другий розділ присвячений методичним оцінюванню розвитку роздрібної торгівлі, розкрито підходи до оцінювання стану торгівлі, оцінено стан розвитку сфери торгівлі в Україні, проаналізовано економічні характеристики підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі (на прикладі ЗВЗТП). У третьому розділі оцінено стан підприємницької діяльності в сфері торгівлі на прикладі ЗВЗТП, оцінено твердження з використанням методу описової подібності в частині підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП та визначено напрями та перспективи вдосконалення розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

1.1. Значення підприємницької діяльності в сфері торгівлі

Дослідження значення підприємницької діяльності в сфері торгівлі є досить актуальним, оскільки виникає потреба не лише розуміння сутності означеного поняття, але й окресленні його складових для формування теоретико-методичних засад підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі.

Дослідженню проблематики сутності та регулювання підприємницької діяльності приділялась увага у багатьох наукових роботах, проте єдиного підходу до визначення терміну «підприємницької діяльності в сфері торгівлі» ще досі не існує. Тому виникає необхідність в уточненні понятійного апарату підприємницької діяльності. В табл. 1.1 наведені основні підходи до розуміння поняття «підприємництво».

Таблиця 1.1

Основні підходи до розуміння поняття «підприємництво»

Автор	Визначення	Змістова визначальна характеристика
ст. 42 Господарського кодексу України [1]	Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку	самостійна господарська діяльність
Бусигін А.В. [2]	Підприємництво – це основна форма економічної активності, заснована на ініціативному, самостійному підході до виробництва і поставки на ринок товарів, що приносять підприємцю дохід та усвідомлення своєї значимості як особистості.	форма економічної активності

Бобров В.Я. [3]	Підприємництво – це діяльність спрямована на максимізацію прибутку, зміст якої полягає в задоволенні його шляхом продажу продуктів і послуг як товару.	діяльність спрямована на максимізацію прибутку
Дзюбик С. [4]	Підприємництво – це самостійна, ініціативна, постійна діяльність у сфері виробництва, надання послуг і товарів, що здійснюється на власний страх та ризик з метою отримання прибутку.	самостійна, постійна діяльність
Мединський В.Г. [5]	Підприємництво – це діяльність, яка здійснюється приватними особами, підприємствами та організаціями щодо виробництва, надання послуг, надання та продажу товарів у обмін на інші товари або гроші для взаємної вигоди зацікавлених осіб, підприємств та організацій.	діяльність
Збарський В.К. [6]	Підприємництво – це система функціонування суб'єктів ринку на основі демократичних форм економічної діяльності у будь-якій сфері відкритої економіки з метою забезпечення зайнятості й доходу для суб'єкта і для суспільства та яка пов'язана з певним ризиком.	система
Сизоненко В. [7]	Підприємництво – це розвиток інновативної ідеї в процесі самоорганізації та саморозвитку підприємства у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем його функціонування»	розвиток ідей
Васільєва Л. [8]	Підприємництво – це господарська діяльність суб'єктів, яка є цілеспрямованою, ініціативною і такою, що ставить за мету одержати прибуток в межах закону на основі поєднання особистої вигоди зі суспільною корисністю.	господарська діяльність

Власова Н. [9]	Підприємництво – це самостійна, ініціативна економічна діяльність щодо виробництва і реалізації товарів, надання послуг, виконання робіт, спрямована на одержання прибутку, яка має системний, правомірний, творчий, інноваційний та соціально-відповідальний характер, здійснюється господарюючим суб'єктом, що несе юридичну відповідальність	самостійна, економічна діяльність
Гончарук І.В. [10]	Підприємництво – це діяльність з метою отримання прибутку, яка передбачає ризик, економічну відповідальність і новаторство, ефективне поєднання ресурсі.	діяльність з метою отримання прибутку

Джерело: сформовано автором

Дослідивши існуючі підходи до визначення поняття «підприємництво» з'ясовано, що відсутні категоричні протиріччя, але є наявні окремі відмінності, що власне підтверджують виокремлені змістові визначальні характеристики. Для визначення особливостей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, з'ясуємо, що означає «торгівля» та «роздрібна торгівля».

За визначенням Бозуленко О. Я., «торгівля» – це галузь народного господарства, яка реалізує товари шляхом купівлі-продажу, в якій дохід і прибуток створюються в результаті не виробничої, а посередницької діяльності, тобто в результаті різниці між ціною, яку отримує виробник, і ціною, яку платить споживач [11].

Власова Н. О. стверджує, що «торгівля» - це форма обміну товарів та послуг у вигляді послідовних актів купівлі-продажу; діяльність пов'язана з організацією процесів купівлі-продажу; посередник, що здійснює зв'язок між виробництвом і споживанням; галузь національного господарства, представлена сукупністю підприємств, що виконують торговельні функції [12].

В економічному словнику Й. Завадський дає своє визначення поняття «роздрібна торгівля» - завершальна форма продажу товарів кінцевому споживачу в невеликих обсягах через магазини, павільйони, лотки, намети та інші пункти мережі роздрібної торгівлі [13].

Е. Ньюмен та П. Каллен визначають «роздрібну торгівлю» як комплекс видів діяльності з реалізації товарів та послуг кінцевим споживачам для їх особистого використання або застосування в домашньому господарстві [29].

Роздрібна торгівля виконує різноманітні функції, які сприяють забезпеченню споживачів товарами та послугами. Кандидат економічних наук Бозуленко О. Я. виділяє такі основні функції роздрібною торгівлі як [11]:

1) формування асортименту товарів або послуг, які зосереджені на невеликій площі. Причому асортимент, який нараховує велику кількість видів, різновидів, найменувань товарів, які виробляються великою кількістю товаровиробників;

2) подрібнення закуплених партій товарів. Товаровиробники з метою економії транспортно-експедиційних затрат відвантажують товари укрупненими партіями, а роздрібне підприємство орієнтується на потреби суто індивідуальних споживачів, потребує товари у невеликих кількостях;

3) зберігання запасів. Роздрібні підприємства повинні гарантувати покупцям стабільне і безперешкодне придбання товарів. Тому вони приймають на себе додаткові видатки на зберігання товарів;

4) забезпечення сервісу. Поряд з реалізацією товарів роздрібне підприємство надає супутні і додаткові послуги, які полегшують і спрощують процес купівлі й використання товару.

Ці функції роздрібною торгівлі важливі для задоволення потреб споживачів і розвитку економіки в цілому.

Дослідження поняття «підприємництво», «торгівля» та «роздрібна торгівля» стало підґрунтям для уточнення сутності та змісту підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. В табл. 1.2 наведено основні підходи до розуміння поняття «підприємницька діяльність в торгівлі».

Таблиця 1.2

Основні підходи до розуміння поняття «підприємницька діяльність в торгівлі»

Автор	Визначення	Змістова визначальна характеристика
Осовська Г. [14]	Підприємницька діяльність – підприємництво у сфері торгівлі, пов'язане із здійсненням процесів купівлі – продажу товарів для задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання прибутку.	підприємництво у сфері торгівлі
Осіпова Л.В., Синяєва І.М. [15]	Підприємницька діяльність – це сукупність процесів та операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку.	сукупність процесів та операцій
Синецький Б.І. [16]	Підприємницька діяльність – це комплекс операцій торгових організацій – виробників товарів та послуг або незалежних торгових організацій з дослідження ринку, реклами, здійсненню договірних стосунків з посередниками, банками, захисту своїх інтересів у судах.	комплекс операцій торгових організацій
Памбухчиянц О.В. [17]	Підприємницька діяльність в торгівлі – це сукупність торговооперативних процесів, які послідовно виконуються, здійснюються у процесі купівлі-продажу товарів та надання послуг з метою отримання прибутку.	сукупність торговооперативних процесів
Дахно І. [18]	Підприємницька діяльність в торгівлі – це оперативно-організаційна діяльність зі здійснення операцій обміну товарноматеріальних цінностей з метою задоволення потреб населення і отримання прибутку.	оперативно-організаційна діяльність
Гуз Р.Г. [19]	Підприємницька діяльність – це сукупність елементів торговооперативної діяльності роздрібних торгових організацій та підприємств, спрямована на доведення товарів народного споживання з сфери виробництва до споживача з мінімальною затратою коштів та праці.	сукупність елементів торговооперативної діяльності

Джерело: сформовано автором

Узагальнивши основні підходи до визначення підприємницької діяльності та її ознак, сформулюємо своє бачення поняття «підприємницької діяльності». Підприємницька діяльність – це економічна діяльність, базована на сукупності

оперативно-організаційних заходів, яка спрямована на отримання прибутку, внаслідок реалізації товарів чи послуг.

Основною метою підприємницької діяльності в торгівлі є задоволення потреб споживачів за допомогою надання якісних товарів і послуг, а також отримання прибутку. У залежності від розміру підприємства та його ресурсів, діяльність може відбуватися на рівні мікро- або макроекономіки.

З правової точки зору, Україна має законодавство, яке регулює підприємницьку діяльність у сфері роздрібною торгівлі. Основні нормативно-правові акти, які стосуються роздрібною торгівлі, включають:

1. Закон України «Про захист прав споживачів», який встановлює права споживачів і вимоги до продавців [20].

2. Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 №104 «Про затвердження Правил роздрібною торгівлі непродовольчими товарами», яка встановлює правила продажу товарів у роздрібною торгівлі [20].

3. Наказ Міністерства економіки України від 23.01.2018 №80 «Про затвердження Змін до Правил роздрібною торгівлі непродовольчими товарами» [22].

Підприємницька діяльність в сфері торгівлі регулюється законодавством та має певні правові аспекти, які повинні бути враховані при здійсненні такої діяльності. Нижче наведено деякі з них [59]:

- реєстрація підприємства. Підприємці, які займаються роздрібною торгівлею, повинні зареєструвати своє підприємство відповідно до вимог законодавства. Реєстрація включає отримання необхідних документів та ліцензій для здійснення певних видів діяльності.

- дотримання законодавства про захист прав споживачів. Підприємці мають забезпечувати якість продукції та послуг, а також відповідність їх цінам. Вони також повинні інформувати споживачів про можливі ризики, пов'язані з використанням товару.

- оподаткування. Підприємці мають сплачувати податки та інші обов'язкові платежі відповідно до вимог законодавства. Це може включати сплату податку на додану вартість, податку на прибуток та інших видів податків.

- дотримання правил збереження та обліку товарів. Підприємці мають дотримуватися правил збереження та обліку товарів, які знаходяться на їх складах та в магазинах. Це включає вимоги до упаковки, маркування та зберігання товарів.

- відповідальність за порушення законодавства. Підприємці, які порушують законодавство, можуть бути позбавлені ліцензій, оштрафовані або навіть притягнуті до кримінальної відповідальності.

Якщо ж говорити про підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі, то вона безумовно відіграє важливу роль у сучасному економічному житті. Роздрібна торгівля охоплює продаж товарів та послуг безпосередньо кінцевому споживачеві, який є основним у ланцюгу доставки продукції в руки покупця.

Наведемо окремі з ключових значень підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі:

1. Задоволення потреб споживачів: Роздрібна торгівля відповідає за забезпечення доступності товарів та послуг для споживачів. Це допомагає задовольнити різноманітні потреби клієнтів, що покращує якість їх життя.

2. Простір для підприємництва: Роздрібна торгівля надає підприємцям можливість розпочати та розвивати свій бізнес. Малий та середній бізнес може з легкістю займатися роздрібною торгівлею, що сприяє розвитку підприємництва та забезпеченню робочих місць.

3. Економічний розвиток: Роздрібна торгівля вносить суттєвий внесок у національний економічний розвиток. Цей сектор створює значну кількість робочих місць та забезпечує високий рівень споживчої активності, що підтримує стабільність економіки.

4. Конкуренція та інновації: Підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі сприяє здоровій ринковій конкуренції, що стимулює підприємців

знаходити нові способи покращення продукції, послуг та ефективності діяльності.

5. Розвиток регіонів: Роздрібна торгівля допомагає розвивати різні регіони, зокрема віддалені та менш розвинені, шляхом забезпечення доступу до товарів та послуг.

6. Підтримка виробників: Роздрібна торгівля є важливим посередником між виробниками та споживачами. Вона забезпечує продаж продукції виробників та популяризує їх бренди, допомагаючи виробникам досягати більшої аудиторії та реалізувати свій потенціал.

7. Прибутковість та податки: Роздрібна торгівля є важливим джерелом прибутку для підприємців та держави. Підприємці отримують прибуток від продажу товарів, а держава збирає податки, що сприяє фінансуванню соціальних та інфраструктурних програм.

Загалом, підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі є ключовим елементом стійкого економічного розвитку, забезпечуючи ефективне функціонування ринків та задоволення потреб суспільства. Узагальнивши основні підходи до визначення підприємницької діяльності та її ознак, сформовано своє бачення поняття «підприємницької діяльності», а саме, як економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку, внаслідок реалізації товарів чи послуг.

1.2. Чинники впливу на розвиток торгівлі

Розвиток роздрібно́ї торгівлі в Україні є складним динамічним процесом, який відбувається в умовах трансформаційних змін національної економіки під впливом низки чинників правового, соціального, демографічного, економічного та політичного характеру. Зміна цих чинників впливає на тенденції розвитку роздрібно́ї торгівлі та функціонування торговельних підприємств [58].

З економічної точки зору «чинник» - це умова, рушійна сила, необхідна для здійснення господарських процесів, а також причини, що впливають на результати зміни даних за окремими показниками діяльності [23].

У науковій літературі описана достатньо велика кількість чинників, які безпосередньо впливають на розвиток роздрібно́ї торгівлі, зокрема Філіпенко О.М. вважає, що найбільш суттєвими, які здійснюють особливо вагомий вплив на роздрібну торговельну мережу, є такі чинники, як [28]:

- ринкові (розмір ринку; темпи його росту; форми ринку в зацікавленій сфері діяльності, ступінь монополізації; рівень задоволення попиту; динаміка попиту; інтенсивність конкуренції; ціни на фактори виробництва; доходи різних соціальних груп);

- фінансові (темпи інфляції; рівень зайнятості населення; бюджетний баланс; стабільність курсу гривні; ставки по кредитах; тарифи на транспортні послуги й енергоресурси; податкові ставки);

- конкурентні (кількість конкурентів та їх мотивація, рефлексивність дій, готовність конкурентів до злиття, ступінь уразливості конкурентів, ступінь диференціації товарів).

Досить розповсюдженим в економічній науці є розподіл чинників впливу на внутрішні та зовнішні за належністю до середовища. До чинників внутрішнього середовища відносять стратегію діяльності підприємства торгівлі на споживчому ринку, його спеціалізацію (товарний профіль) та розташування, забезпеченість товарообороту товарними і трудовими ресурсами, основними фондами, цінову та маркетингову політику [27].

В економічній літературі існують різні підходи до класифікації чинників зовнішнього середовища. Відповідно до основних теоретичних положень усі зовнішні чинники в найбільш загальному вигляді підрозділяють на дві групи – чинники прямого і непрямого впливу на підприємницьку діяльність суб'єктів [24]. Особливості торгівлі обумовлюють вибір тих чинників, які найбільше впливають саме на торговельну діяльність, від яких залежить ефективність господарювання в торгівлі.

До чинників непрямого впливу зовнішнього середовища відносять [25]:

1. *Демографічні чинники*: кількість населення та його структура є важливими факторами розвитку роздрібної торгівлі. Зростання населення, збільшення середнього віку та зміна структури населення можуть призвести до зміни попиту на різні товари і послуги.

2. *Економічні чинники*: рівень доходів населення, рівень зайнятості та загальна економічна стабільність впливають на попит на товари та послуги, які пропонуються в роздрібній торгівлі. Наприклад, в економічних кризах зменшується споживчий попит, що може призвести до зменшення продажів в роздрібній торгівлі.

3. *Технологічні чинники*: розвиток технологій та інновацій у роздрібній торгівлі може вплинути на ефективність торговельних операцій та змінити спосіб, яким клієнти здійснюють покупки.

4. *Політичні чинники*: правила та регуляції, які регулюють діяльність роздрібної торгівлі, можуть вплинути на її розвиток. Наприклад, зміна податкових ставок або введення нових правил здійснення торговельних операцій може вплинути на рентабельність та ефективність роздрібної торгівлі.

5. *Міжнародні чинники*: більш низькі витрати ведення бізнесу за кордоном, намагання запобігти торговельним обмеженням всередині держави, інвестиційні і виробничі можливості інших країн, становлення міжнародної фінансової системи, зміну вартості долара на світовому ринку та ін. [27].

До чинників прямого впливу зовнішнього середовища відносяться [9]:

1. *Постачальники*: для здійснення господарської діяльності необхідні зовнішні поставки: сировина, матеріали, трудові ресурси, капітал, тому виникає пряма залежність між суб'єктом підприємницької діяльності і мережею постачальників.

2. *Конкуренти*: для суб'єкта підприємницької діяльності важливо ефективно задовольняти своїх споживачів та збільшувати свій ринок.

3. *Споживачі*: є найвизначнішим чинником розвитку торгівлі, саме він має право вибору щодо купівлі товарів.

4. *Закони і постанови*: відбуваються зміни у формах звітності господарюючих суб'єктів, змінюється податкове й митне регулювання.

Марцин В.С. серед зовнішніх чинників, що впливають на обсяги, структуру та перспективи розвитку роздрібного товарообороту, виділяє: обсяги та структуру споживчого ринку, обсяги та структуру пропозиції споживчих товарів, стан конкуренції на конкретному регіональному товарному ринку, державне регулювання торговельної діяльності, загальну макроекономічну ситуацію в країні [26].

На думку сучасних вітчизняних науковців на процес реформування економіки України та її розвиток вирішальним чином впливали не економічні чинники, а політичні, національні та соціальні [33].

Представник київської наукової школи, Голошубова Н.О., досліджуючи дану проблему, зазначає про вплив на розвиток торговельного підприємства багатьох різноманітних чинників: соціально-економічних, демографічних, географічних, містобудівних, транспортних, організаційно-технологічних, управлінських, фінансових [34].

Колектив львівських вчених під керівництвом Апопія В.В. вважає, що торговельне середовище є надзвичайно динамічним і чутливо реагує на будь-які зміни, що відбуваються в суспільно-політичному житті, економічному механізмі та соціальній структурі суспільства [35]. До основних чинників зміни торговельного середовища ці дослідники відносять демографічні та соціальні зміни в суспільстві і зміни у складі пріоритетів цінностей споживачів.

Н. О. Власова, М. В. Чорна, М. В. Беляєва вважають, що найбільш важливим є саме розподіл чинників за рівнем впливу на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі. До чинників першого рівня відносять споживачів, їх вимоги до товарів і послуг, рівень і динаміка їх доходів. До чинників другого рівня відносять інші чинники прямого впливу на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі (постачальники, конкуренти, фінансові інститути тощо), а до чинників третього рівня – чинники непрямого впливу [9].

Дослідивши чинники впливу на розвиток роздрібної торгівлі, я погоджуюся з думкою Н. О. Власова, М. В. Чорна, М. В. Беляєва, що найбільш важливим є саме розподіл чинників за рівнем впливу на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі. Використання даної класифікації дозволить торговим підприємствам підвищити ефективність господарювання в умовах діючого економічного механізму регулювання в державі.

Одним із основних факторів, який впливає на розвиток підприємництва в сфері торгівлі, є швидкий технологічний прогрес та зміни споживацьких уподобань. Це призводить до зміни способів продажу товарів та послуг, а також до появи нових можливостей для підприємництва.

Крім того, торгівля залежить від міжнародної торгівлі, зовнішньої політики та економічних відносин країн, тому дослідження розвитку підприємництва в цій галузі також включає аналіз міжнародного економічного середовища та його впливу на внутрішній ринок.

Одним із ключових аспектів дослідження підприємницької діяльності в сфері торгівлі є вивчення споживчого ринку та поведінки споживачів. Це дозволяє підприємцям краще розуміти потреби та побажання своїх клієнтів та пропонувати продукти та послуги, які будуть їм цікаві та вигідні.

До інших важливих аспектів дослідження входять:

1. Аналіз конкурентного середовища та стратегій конкурентів;
2. Вивчення ефективних методів маркетингу та просування товарів;
3. Розробка ефективної системи управління торговими підприємствами;

4. Вивчення та аналіз законодавства та правил, що регулюють торговельну діяльність.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що дослідження розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі є важливим напрямком наукової діяльності, який дозволяє підприємцям бути більш ефективними та конкурентоспроможними на ринку. Всі фактори впливу взаємодіють між собою і можуть мати різний вплив на розвиток роздрібною торгівлі в різних країнах і регіонах. Роздрібна торгівля повинна бути готовою адаптуватися до змін і знаходити інноваційні шляхи розвитку, щоб задовольняти потреби різних споживачів та впоратися з конкуренцією.

Отже, вищенаведені чинники є основною рушійною силою, яка визначає формування розвитку роздрібною торгівлі та обумовлює її ефективність в аспекті задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб. Таким чином, знання про чинники впливу на розвиток роздрібною торгівлі, сприяють своєчасному проведенню діагностики торгового підприємства, внесенню корективів в ході господарських процесів та уникненню небажаних наслідків, прийняттю раціональних управлінських рішень.

1.3. Характерні особливості розвитку роздрібною торгівлі в Україні

Сучасний ринок роздрібною торгівлі представлено значною кількістю суб'єктів господарювання, що перебувають в умовах постійної конкуренції, яка вимагає від власників принципів дій і розробки заходів, що сприятимуть залученню нових покупців. Водночас різноманіття ринку роздрібною торгівлі підвищує вибагливість покупців як до привабливості та якості товарів, так і до додаткових послуг.

Розвиток роздрібною торгівлі в Україні пройшов кілька етапів у зв'язку з політичними та економічними змінами, які відбувалися в країні протягом

останніх десятиліть. Основні етапи розвитку роздрібної торгівлі в Україні наведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3.

Основні етапи розвитку роздрібної торгівлі в Україні

Номер етапу	Період, роки	Характеристика
1	Перехідний період (1990-2000)	<ul style="list-style-type: none"> – Після розпаду Радянського Союзу та отримання незалежності Україною, відбулися початкові реформи у сфері економіки та торгівлі. – Відбулася лібералізація ринку і почалася приватизація підприємств, що створило нові можливості для роздрібної торгівлі. – З'явилися перші приватні магазини та ринки, де продавалися товари, які раніше були рідкісні в Україні. – Значна частина роздрібної торгівлі залишилася державною власністю.
2	Перехід до ринкової економіки (2000-2010)	<ul style="list-style-type: none"> – У цей період відбувся активний розвиток приватного сектору роздрібної торгівлі. – Зросла конкуренція серед магазинів і супермаркетів, що призвело до покращення обслуговування та асортименту товарів. – З'явилися міжнародні ланцюги супермаркетів у великих містах.
3	Розвиток сучасного роздрібного сектору (2010-2020)	<ul style="list-style-type: none"> – Зросла роль імпортних товарів та іноземних брендів на українському ринку – Посилився розвиток онлайн-торгівлі та електронних маркетплейсів. – Зміцнився споживчий попит на якісні та екологічно чисті товари.
4	Сучасні тренди (з 2020 року)	<ul style="list-style-type: none"> – Зростання популярності екологічної та сталої продукції. – Розвиток інтернет-торгівлі та доставки на дім. – Вплив пандемії COVID-19, яка призвела до зміни споживчих звичок і збільшення онлайн-покупок. – Зміна вимог до безпеки та санітарних умов у магазинах.

Джерело: побудовано автором на основі [36]

Загалом, роздрібна торгівля в Україні пережила значні зміни протягом останніх десятиліть, і сьогодні це сучасна та конкурентоспроможна галузь

економіки, яка адаптується до змін у споживчих попитах і економічному середовищі.

Для ефективного розвитку підприємницької діяльності в сфері торгівлі завжди потрібно орієнтуватися на споживача. Р. М. Бугріменко зазначає, що орієнтація на споживача послуг інфраструктури роздрібної торгівлі є характеристикою, яка визначає динаміку розвитку сфери роздрібної торгівлі загалом. У своєму дослідженні автор наголошує, що зміна потреб з плином часу приводить до розширення видового різноманіття об'єктів інфраструктури торгівлі. Для ефективного функціонування роздрібних підприємств необхідна наявність спеціально обладнаних приміщень, пристосованих для зручності обслуговування покупців, формування товарного асортименту та можливості його швидкої зміни відповідно до споживчих запитів [30].

Варто погодитися з думкою Н. О. Власової, що сфера торгівлі – це одна зі складових частин споживчого ринку, яка підпорядковується загальним законам ринкової економіки. При цьому торгівлі властиві специфічні особливості, серед яких: високий динамізм; територіальна сегментація; висока швидкість обертання капіталу; велика кількість підприємств малого бізнесу в цій сфері; здійснення основної діяльності в умовах взаємних контактних відносин зі споживачами [32].

Характерними особливостями розвитку роздрібної торгівлі в Україні є:

1. Різноманітність форматів: український роздріб розвивається в різних форматах, включаючи супермаркети, гіпермаркети, магазини зі знижками, міні-маркети, торгові центри, онлайн-торгівлю та інші. Ця різноманітність дозволяє споживачам обирати залежно від їхніх потреб та уподобань.

2. Зростання онлайн-торгівлі: подібно багатьом іншим країнам, розвиток інтернету вплинув на зростання популярності онлайн-торгівлі в Україні. Багато компаній, в тому числі й малі бізнеси, відкрили свої онлайн-магазини для залучення більш широкої клієнтської бази та зручності покупців. За даними дослідження компанії СBR, наприкінці 2020 року в Україні 10,6 млн людей регулярно купували в інтернеті — це третина населення. Йдеться про постійних клієнтів інтернет-магазинів і торгових майданчиків. За різними оцінками,

близько 70% населення України користуються інтернетом. Для порівняння, в 2010 році цей показник дорівнював 30% [31].

3. Конкуренція з іноземними компаніями: іноземні роздрібні мережі активно входять на український ринок, такі як Auchan, Metro та інші. Вони прив'язують стандартизований підхід до обслуговування клієнтів і конкурують з місцевими роздрібними мережами, деякі з них запускали філії в Україні або придбали місцеві роздрібні мережі. Це спричиняє зростання конкуренції між місцевими та іноземними гравцями на ринку.

4. Фокус на якість та обслуговування: споживачі все більше звертають увагу на якість товарів і обслуговування в магазинах. Роздрібні мережі стають більш уважними до потреб споживачів та прагнуть задовольнити їхні очікування.

5. Зміни в споживанні: за останні роки можна було спостерігати зміни в покупних звичках споживачів. Зростає популярність екологічно чистих, органічних та стосунку до здорового способу життя товарів, що впливає на асортимент товарів у магазинах.

6. Розвиток онлайн-платформ для продажу: популярність онлайн-платформ для продажу, таких як OLX, Rozetka, Prom.ua, також сприяє зростанню роздрібної торгівлі в Україні. Ці платформи надають можливість підприємцям та приватним особам продавати товари та послуги безпосередньо через Інтернет. За даними дослідження компанії СBR, якщо респондентів запитати про онлайн-платформ де вони купують товари, то за категоріями найпопулярнішими є [31]:

- Техніка – Comfy, «Алло», Rozetka.
- Косметика – Eva, Rozetka, Watsons, Prostor.
- Одяг – Rozetka, Lamoda, Kasta, Zara.
- Дитячі товари – Rozetka, «Антошка», Kasta.

7. Сезонність: у деяких секторах роздрібної торгівлі, таких як продаж одягу та взуття, виражена сезонність. Наприклад, підвищений попит на зимовий одяг взимку та літній одяг влітку.

Ці особливості впливають на динаміку та структуру роздрібно́ї торгівлі в Україні, але варто зазначити, що ситуація може змінюватись з плином часу, і нові тенденції та виклики можуть з'являтися на горизонті.

Стан розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні під час пандемії COVID-19 варіювався в залежності від багатьох чинників, таких як обмеження, зміни у споживчому попиті, та інші фактори. Ось деякі ключові аспекти стану роздрібно́ї торгівлі в Україні під час пандемії:

1. Зміни у споживчому попиті: пандемія спричинила зміни у споживчому попиті, зокрема збільшений попит на товари першої необхідності, такі як продукти харчування та медичні товари, та зменшений попит на товари, пов'язані з розвагами та послугами, такі як ресторани та розважальні заклади. Це мало вплив на асортимент товарів, які пропонують роздрібні торговельні мережі.

2. Закриття та обмеження: уряд України ввів різноманітні обмеження на діяльність підприємств, включаючи роздрібну торгівлю, протягом різних періодів пандемії. Ці обмеження включали в себе обмеження годин роботи, кількість клієнтів, які можуть перебувати у магазині одночасно, та обов'язкове використання захисних масок.

3. Електронна торгівля: пандемія також призвела до збільшення популярності електронної торгівлі в Україні. Багато споживачів стали замовляти товари онлайн, щоб уникнути фізичного контакту у магазинах. Це призвело до росту електронних торговельних платформ і зміни стратегій роздрібних мереж.

4. Фінансові труднощі: багато роздрібних підприємств зіткнулися з фінансовими труднощами під час пандемії через зменшений попит та обмеження у роботі. Деякі з них навіть були змушені припинити свою діяльність.

5. Підтримка від держави: український уряд ввів ряд заходів для підтримки роздрібно́ї торгівлі під час пандемії, таких як фінансова допомога та податкові пільги для підприємців.

Загалом, стан роздрібно́ї торгівлі в Україні під час пандемії був складним і залежав від багатьох чинників. Багато роздрібних підприємств вижили завдяки

адаптації до нових умов та використанню електронних каналів продажу, але деякі залишалися у важкому становищі через обмеження та зменшений попит.

За даними звіту дослідницької компанії GT Partners Ukraine про ринок FMCG-рітейлу України за 2016-2021 роки, який є розміщеним на офіційному сайті Асоціації рітейлерів України [50], представлено Топ-10 продуктових мереж України за кількістю магазинів (рис 1.1)

ТОП-10 продовольчих операторів України за кількістю магазинів за 2016-2021 роки									
№	Компанія	Мережі	Місто	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	ТОВ "АТБ-маркет"	АТБ, АТБ express 	Дніпро	898	910	990	1077	1201	1314
2	Fozzy Group	Сільпо, Фора, Fozzy, Thrash! та ін. 	Київ	530	535	540	561	612	707
3	VolWest Retail	Наш Край, SPAR 	Луцьк	214	245	248	274	281	287
4	ТОВ "АРИТЕЙЛ"	КОЛО 	Київ	-	15	52	105	221	252
5	ТОВ ТПК "Львівхолд"	Рукавичка 	Львів	114	131	141	160	179	180
6	ПАО «МХП»	М'ясомаркет 	Київ	-	-	-	-	52	178
7	ТОВ "ОПТТОРГ-15", ТОВ НМСМ "Делві"	Делві 	Київ	120	109	110	112	135	157
8	ТОВ "ЕКО"	ЕКО маркет, Sumpatic 	Київ	114	114	114	148	141	137
9	ТОВ «Клевер Сторс»	Сім23, Сім23 to go 	Луцьк	52	57	67	72	89	123
10	ПП "Мережа-Сервіс-Львів"	Близенько 	Львів	34	38	53	64	90	119

Рис 1.1 Топ-10 продуктових мереж України за кількістю магазинів за 2016-2020 рік

Отже, за даними рис.1.1, найбільшу кількість магазинів мають ТОВ «АТБ-маркет», Fozzy Group та VolWest Retail. ТОВ "АТБ-маркет" є частиною АТБ Corporation, однієї з найбільших роздрібних мереж в Україні, перший магазин був відкритий у м.Дніпро. Fozzy Group - це український холдинг, який включає в себе такі мережі як Сільпо, Фора, Fozzy та ін., цей холдинг розпочав свою роботу у м.Київ. VolWest Retail - це український група, яка включає в себе такі мережі як Наш Край та SPAR, головний офіс знаходиться у передмісті Луцька.

Найбільші продовольчі оператори розпочинали свою роботу з різних частин України, що дало їм змогу розширювати свою мережу та активно розвиватися.

Висновки до розділу 1

В ході проведеного дослідження встановлено, що підприємницька діяльність – це економічна діяльність, базована на сукупності оперативно-організаційних заходах, яка спрямована на отримання прибутку, внаслідок реалізації товарів чи послуг. Основною метою підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі є задоволення потреб споживачів за допомогою надання якісних товарів і послуг, а також отримання прибутку. У залежності від розміру підприємства та його ресурсів, діяльність може відбуватися на рівні мікро- або макроекономіки.

Підприємницька діяльність у сфері роздрібної торгівлі полягає у продажу товарів та послуг безпосередньо кінцевим споживачам. Ця галузь економіки забезпечує населення різноманітними товарами та послугами, необхідними для щоденного життя.

Виявлено, що у науковій літературі описана достатньо велика кількість чинників, які безпосередньо впливають на розвиток роздрібної торгівлі. Одним із основних чинників, який впливає на розвиток підприємництва в сфері торгівлі, є швидкий технологічний прогрес та зміни споживацьких уподобань у період пандемії й воєнний стан. Це призводить до зміни способів продажу товарів та послуг, а також до появи нових можливостей для підприємництва.

Дослідивши чинники впливу на розвиток роздрібної торгівлі, погоджуємося з думкою Н. О. Власова, М. В. Чорна, М. В. Беляєва, що найбільш важливим є саме розподіл чинників за рівнем впливу на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі. Використання даної класифікації дозволить торговим підприємствам підвищити ефективність господарювання в умовах діючого економічного механізму регулювання в державі.

Проаналізувавши означені чинники впливу, наголошено, що вони є основною рушійною силою, яка визначає формування розвитку роздрібно́ї торгівлі та обумовлює її ефективність в аспекті задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб. Таким чином, знання про фактори впливу на розвиток роздрібно́ї торгівлі, можуть своєчасно провести діагностику торгового підприємства, внести корективи в хід господарських процесів та уникнути небажаних наслідків, прийняти вірні управлінські рішення.

Загалом, роздрібна торгівля в Україні залишається динамічною та конкурентною галуззю, яка вимагає постійного адаптування до змін у споживчих уподобаннях, технологічних новаціях та регулюючому середовищі. Успішні підприємства будуть ті, які зможуть пристосовуватися до цих змін та надавати якісні товари та послуги, що відповідають потребам споживачів.

У цілому, стан роздрібно́ї торгівлі в Україні під час пандемії та воєнного стану ускладнений і залежить від значної кількості чинників. Багато роздрібних підприємств функціонують завдяки адаптації до нових умов та використанню електронних каналів продажу, але окремі – залишалися у важкому становищі через обмеження та зменшений попит.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ

2.1. Підходи до оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі

На сьогодні актуальним науковим завданням є вивчення проблеми вибору стратегії розвитку роздрібною торгівлі із застосуванням економіко-математичного моделювання [45]. Питання розвитку роздрібною торгівлі нерозривно пов'язані з її ефективністю. Ця проблема завжди була в центрі уваги вчених. Більшість учених вважає, що економічним результатом діяльності торгівлі є обсяг товарообороту або його збільшення [46].

Важливим підходом до оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі є визначення економічної ефективності підприємства. Визначення економічної ефективності підприємницької діяльності в торгівлі має спиратися на власну методичну основу, проте в Україні не існує офіційної та загально визнаної методики комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності торговельних суб'єктів. Проблема обчислення показників оцінювання економічної ефективності належить до числа найбільш спірних і дискусійних. Тому вкрай важливо вирішити теоретичні та методологічні питання щодо розробки й способів обчислення цих показників [9].

Харківська наукова школа проводила дослідження теоретичних і практичних аспектів оптимізації структури капіталу підприємств роздрібною торгівлі [37]. Ці дослідники розробили комплексну технологію формування оптимальної структури капіталу за низкою критеріїв із метою досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства торгівлі, спрямованих на підвищення ефективності його господарської діяльності. Розроблений ними методичний інструментарій урахує галузеві особливості формування капіталу торговельними підприємствами у сучасних умовах економічного розвитку України, і дозволяє обґрунтувати можливий спосіб фінансування з позицій

забезпечення фінансової стійкості, мінімізації витрат на залучення окремих джерел капіталу та підвищення ефективності його використання [9].

Також існує методика оцінки ефективності цінової політики підприємств торгівлі та ризику під час її формування [39], яка передбачає оцінку за певною послідовністю критеріїв (покриття, стабільної достатності, прибутковості, конкурентоспроможності), кожному з яких відповідає власна система показників. При цьому відзначається, що деякі показники мають першорядне, або другорядне значення залежно від мети цінової політики, що проводиться підприємством.

Підхід до визначення ефективності процесу формування фінансових результатів як складової загального процесу управління підприємством дозволяє, по-перше, оцінити ступінь впливу на поточний або майбутній приріст фінансових результатів від основної діяльності таких факторів, як зміна роздрібних та закупівельних цін на товари, цін та тарифів на послуги і ресурси, що використовуються, а також змін фізичного обсягу продажу; і, по-друге, визначити необхідний розмір фінансових результатів у плановий період [40].

Оцінювання стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі може проводитися різними підходами залежно від мети оцінювання, доступності даних та конкретних потреб бізнесу. Основними підходами для оцінювання стану підприємницької діяльності, можуть бути використані:

1. Фінансовий аналіз:

- Показники рентабельності: оцінка прибутковості бізнесу, таких як чистий прибуток, рентабельність продажів, рентабельність активів.
- Ліквідність: оцінка спроможності підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання вчасно.
- Фінансовий левередж: вивчення використання позичених коштів та їх вплив на фінансовий стан.

2. Маркетинговий аналіз:

- Дослідження ринку: аналіз ринкових тенденцій, конкуренції та споживчого попиту.

- Маркетингові стратегії: оцінка ефективності рекламних кампаній, продажів та інших маркетингових заходів.

- Споживча поведінка: розуміння потреб і вподобань клієнтів, аналіз поведінки покупців.

3. Оцінка ефективності операцій:

- Управління запасами: аналіз оборотності запасів та ефективності їх управління.

- Процеси постачання: оцінка ефективності логістичних та постачальницьких ланцюгів.

- Оптимізація витрат: вивчення можливостей для зменшення витрат та підвищення ефективності операцій.

4. Оцінка ресурсів та персоналу:

- Кадровий потенціал: аналіз кваліфікацій та ефективності персоналу.

- Використання ресурсів: вивчення оптимального використання фізичних та фінансових ресурсів.

5. Споживча задоволеність:

- Опитування клієнтів: збір відгуків та думок клієнтів щодо продуктів чи послуг.

- Вивчення репутації: аналіз онлайн-рейтингів, відгуків та інших джерел для визначення репутації підприємства.

Таким чином, оцінювання підприємницької діяльності найкраще проводити комплексно, враховуючи різні аспекти. Комбінування різних методів дозволяє отримати більш повне та об'єктивне уявлення про стан бізнесу в сфері торгівлі.

2.2. Стан розвитку сфери торгівлі в Україні

Головною метою розвитку торговельної сфери є забезпечення товарного обігу та еквівалентного обміну товарів у формі купівлі-продажу для задоволення потреб споживачів – фізичних та юридичних осіб [47].

Дослідженням сучасного стану та тенденцій розвитку торговельного ринку України займалося чимало провідних вітчизняних учених-науковців, проте незважаючи на значну кількість наукових праць, ситуація на ринку роздрібною торгівлі постійно змінюється. За таких умов особливої актуальності набуває подальше дослідження, визначення недоліків і напрямків розвитку торговельного ринку України.

Для визначення сучасного стану розвитку торгівлі в Україні проаналізовано основні показники протягом 2017–2021 рр., а саме: кількість суб'єктів господарювання на ринку за розміром підприємства, регіональна структура роздрібного товарообороту підприємств та товарна структура роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах [49].

Таблиця 2.1

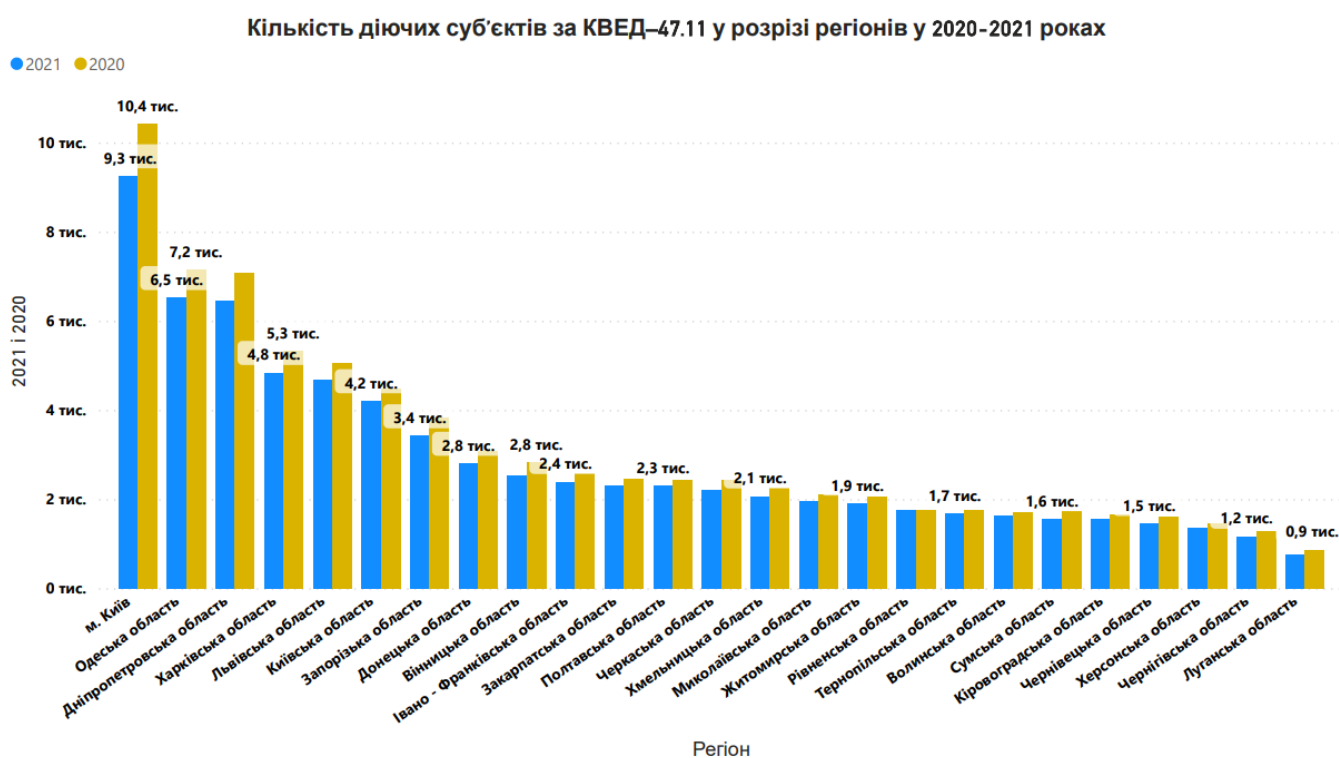
Кількість суб'єктів господарювання за видом КВЕД 47 «Роздрібна торгівля» за період 2017–2022 рр.

Показник	Рік						Темп росту, %	
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2021-2017	2022-2021
Усього підприємств, одиниць	228239	222967	226924	223286	212812	172350	-6,76	-19,01
Розподіл за розміром підприємства: кількість суб'єктів господарювання, од., у т. ч.:								
суб'єктів великого підприємства	22	21	22	24	24	22	9,09	-8,33
суб'єктів середнього підприємства	234	251	234	245	222	194	-5,13	-12,61
суб'єктів малого підприємства	114581	112070	113954	112055	106865	86426	-6,73	-19,13
суб'єктів мікропідприємства	113402	110625	112714	110962	105701	85708	-6,79	-18,91

Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Отже, за результатами даних в таблиці 2.1, у 2022 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається зменшення кількості суб'єктів великого підприємництва на 8,33%, середнього підприємництва – на 12,61%, малого підприємництва – на 19,13% та мікропідприємництва – на 18,91%. Загалом по всіх підприємствах спостерігається зменшення кількості на 19,01%.

Розглянемо динаміку кількості діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2020-2021 роках, виберемо КВЕД – 47.11, роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями (рис 2.1).

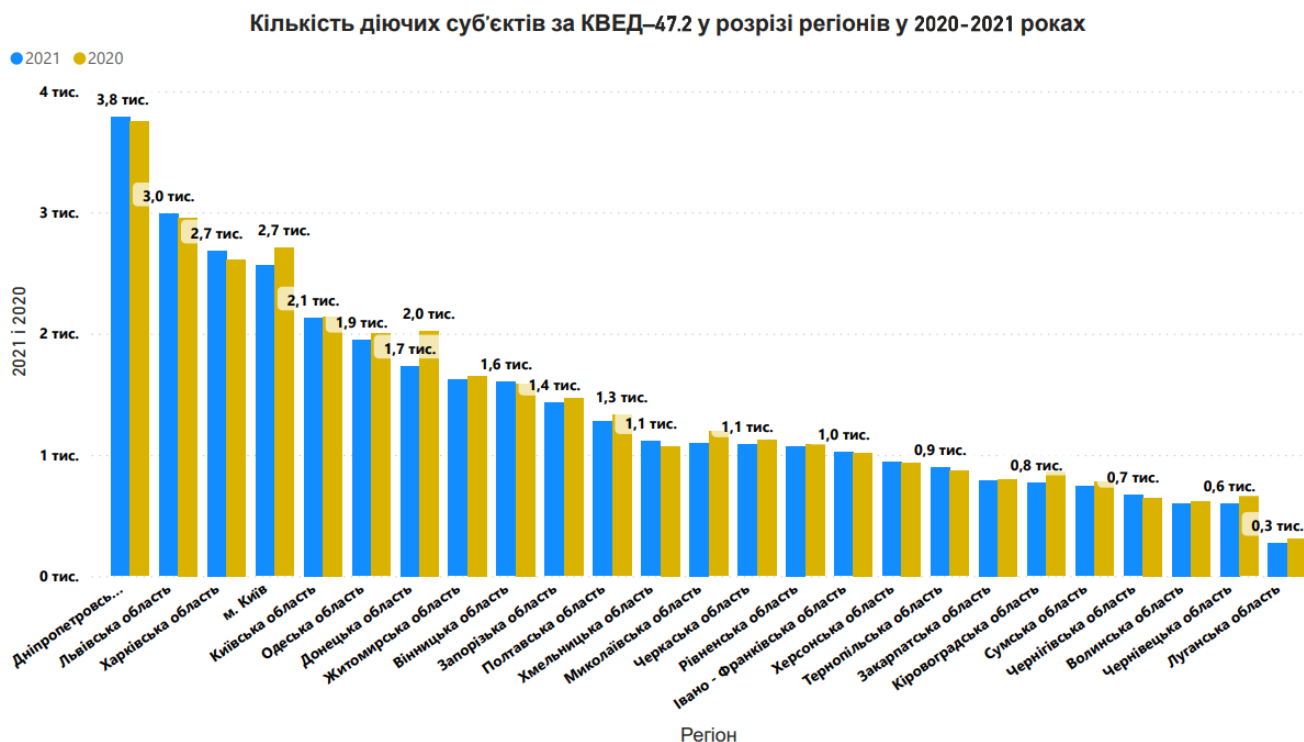


Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Рис.2.1 Динаміка кількості діючих суб'єктів господарювання за КВЕД – 47.11 у розрізі регіонів у 2020-2021 роках

Отже, за даними рис.2.1 м.Київ має найбільшу кількість діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлею в неспеціалізованих магазинах, так у 2021 році в місті діє 9,3 тис господарств. Найменшу кількість діючих суб'єктів господарювання має Луганська область - 0,9 тис господарств.

Розглянемо динаміку кількості діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлю продуктами харчування, КВЕД – 47, в спеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями у розрізі регіонів у 2020-2021 роках (рис 2.2).



Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Рис.2.2 Динаміка кількості діючих суб'єктів господарювання за КВЕД – 47.2 у розрізі регіонів у 2020-2021 роках

Отже, за даними рис.2.2, Дніпропетровська область має найбільшу кількість діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлею в спеціалізованих магазинах, так у 2021 році в області діє 3,8 тис. господарств. Найменшу кількість діючих суб'єктів господарювання має Луганська область - 0,3 тис господарств.

За даними рис 2.1 та рис 2.2, можна зробити висновок, що кількість діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлю в неспеціалізованих магазинах, набагато більша ніж у спеціалізованих магазинах, це можливо, через те, що ринок загальних товарів або універсальних продуктів є більшим, і тому більше підприємств обирає концепцію неспеціалізованого магазину, щоб задовольнити різноманітні потреби споживачів.

Регіональна структура роздрібного товарообороту в Україні має тенденцію до варіювання в залежності від економічних умов, інфраструктури та інших факторів. Зазвичай великі міста та їх області мають більший обсяг роздрібної торгівлі через більшу кількість споживачів і розвинуту інфраструктуру. Однак, важливо враховувати демографічні та економічні особливості різних регіонів. Аналіз інформації щодо регіональної структури обороту роздрібної торгівлі наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Регіональна структура роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні за 2017-2021рр., млн грн

Регіон України	Рік					Темп росту, %	
	2017	2018	2019	2020	2021	2021-2017	2021-2020
Україна	816553,5	930629,2	1094045,8	1210750,3	1443832,9	76,82	19,25
Вінницька	21097,3	25658,4	32144,2	33702,2	41569,6	97,04	23,34
Волинська	15336,3	16334,0	19619,7	23085,1	26598,4	73,43	15,22
Дніпропетровська	72401,9	85302,9	102461,5	114215,0	132227,3	82,63	15,77
Донецька	22482,5	29153,3	35319,2	37465,9	43635,0	94,08	16,47
Житомирська	20008,5	23592,9	26027,5	28040,0	34397,5	71,91	22,67
Закарпатська	18316,4	21897,1	23519,8	23445,1	30118,6	64,44	28,46
Запорізька	36293,3	38638,3	45223,6	52804,8	62151,3	71,25	17,70
Івано-Франківська	19347,4	22299,5	25805,3	27348,9	33013,2	70,63	20,71
Київська	55090,4	64917,4	83453,1	101322,6	120866,3	119,40	19,29
Кіровоградська	15417,2	16622,5	19679,5	22253,3	26378,6	71,10	18,54
Луганська	5782,8	8236,8	10561,9	11334,1	13147,1	127,35	16,00
Львівська	51898,9	57825,1	66601,9	70905,1	89383,7	72,23	26,06
Миколаївська	19522,7	22555,1	25487,9	26954,6	32688,6	67,44	21,27
Одеська	62961,7	69196,7	81447,5	88439,5	105796,4	68,03	19,63
Полтавська	25784,1	30928,8	34301,1	38599,0	48945,7	89,83	26,81
Рівненська	14933,5	17360,0	20642,3	21891,3	27370,2	83,28	25,03
Сумська	16374,2	19464,9	21348,1	22770,4	27469,0	67,76	20,63
Тернопільська	11679,7	13082,8	16145,9	17847,5	23258,0	99,13	30,32
Харківська	64891,9	72517,7	82126,9	88897,8	97012,0	49,50	9,13
Херсонська	19326,5	21738,7	23690,9	25199,0	29780,3	54,09	18,18
Хмельницька	20369,0	20565,9	24234,6	28168,8	33622,9	65,07	19,36
Черкаська	19630,9	22495,4	27126,2	29577,2	36836,2	87,64	24,54
Чернівецька	13592,7	15170,4	15282,8	16060,7	22030,8	62,08	37,17
Чернігівська	15777,4	17973,2	19282,1	22490,7	26744,5	69,51	18,91
м. Київ	158236,3	177101,4	212512,3	237931,7	278791,7	76,19	17,17

Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Отже, за результатами даних таблиці 2.2, у 2021 році спостерігається збільшення товарообороту підприємств роздрібної торгівлі у порівнянні з 2017 роком – на 76,82%. Обсяги роздрібного товарообороту підприємств у 2021 році порівнянні з 2020 роком збільшалося на 19,25%. Аналіз даних за період 2017-2021 років свідчить, що відбувається збільшення товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні, що пов'язано з підвищеним попитом на товари.

Загалом, збільшення товарообороту є позитивним явищем, яке може сприяти економічному розвитку та підвищенню прибутковості підприємств роздрібної торгівлі, але важливо також враховувати його вплив на фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємств.

Аналіз роздрібного товарообороту за товарними групами на підприємствах роздрібної торгівлі, продовольчих і непродовольчих товарах наведено табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах в Україні за 2017-2021рр., млн грн

Назва товару	Роздрібний товарооборот, млн грн					Темпи приросту, %	
	2017	2018	2019	2020	2021	2021-2017	2021-2020
Усі товари	586330,1	668369,6	793479,2	868283,3	1044516,5	78,14	20,30
Продовольчі товари	233204,1	289695,9	336587,9	384091,6	449762,3	92,86	17,10
Непродовольчі товари	353126	378673,7	456891,3	484191,7	594754,2	68,43	22,83

Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Отже, відповідно до даних таблиці 2.3, у 2021 році спостережено збільшення товарообігу на підприємствах роздрібної торгівлі у порівнянні з 2017 роком – на 78,14%, у тому числі продовольчих запасів – на 92,86%, непродовольчих товарів – на 68,43%. Збільшення товарообігу може бути позитивним сигналом для роздрібних торгових підприємств, оскільки воно свідчить про зростання їхньої ділової активності і прибутковості. Однак це також може вимагати додаткових ресурсів і уваги до управління підприємством для

забезпечення сталого зростання.

Обсяги роздрібного товарообігу у 2021 порівнянні з 2020 роком збільшались на 20,3%, у тому числі продовольчих запасів – на 17,1%, непродовольчих товарів – на 22,83%. Крім того, у кожній групі запасів є товари з найбільшим товарообігом. Так, серед продовольчих товарів найбільший товарообіг виявлено в таких категоріях товарів, як «Яйця» - 28,13%, «Харчові олії та жири» - 36,47%, «Харчові олії рослинні» - 42,85%, «Хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби» - 25,24%, «Цукор» - 45,83%, «Вироби макаронні» - 43,41%. Серед непродовольчих товарів: «Одяг» - 28,83%, «Комп'ютери, периферійне устаткування, програмне забезпечення» - 36,59%, «Телекомунікаційне устаткування» - 31,09%, «Матеріали мастильні» - 80,14%. Отже, це може пояснюватись як збільшенням ринкової вартості товарів, так і збільшенням попиту населення [49].

Загалом товарооборот в країні постійно збільшується та має позитивну динаміку розвитку. Пандемія COVID-19 у 2020-2021 років та великі карантинні обмеження, скорочення виробництва та зменшення доходів населення, не завадили відкривати нові торговельні підприємства, адже продовольчі та непродовольчі товари необхідні для щоденного вжитку, тому ринок роздрібною торгівлі є невід'ємною частиною економіки країни та світу.

В Україні роздрібна торгівля є однією з найбільш привабливих галузей для ведення бізнесу. Протягом останніх 12 років показник роздрібного товарообороту підприємств невинно зростає. У 2010 р. він становив всього 27903 млн. грн., а у 2022 р. зріс у 35 разів і досяг значення у 971 142 млн. грн. За досліджуваний період спостерігалася незмінна тенденція до зростання показника товарообороту, проте у 2022 спостерігається зменшення товарообороту в порівнянні з 2021 роком – на 7,02% та становить 971 142 млн. грн.

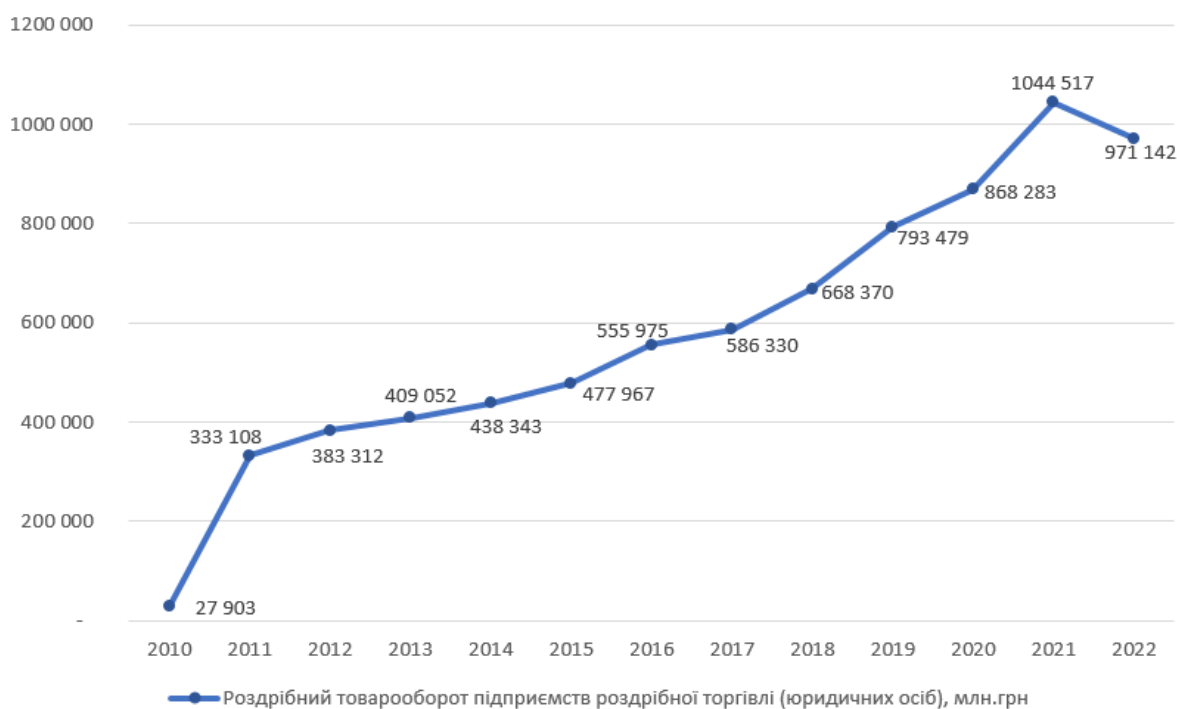


Рис.2.3 Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібно торгівлі (юридичних осіб), млн.грн.

Джерело: розраховано автором на основі даних [37]

Загалом показники роздрібного товарообороту підприємств роздрібно торгівлі (юридичних осіб) в країні постійно збільшується та має позитивну динаміку розвитку, незважаючи на пандемію COVID-19 у 2020-2021 років та великі карантинні обмеження, не відбулося скорочення показників. Проте, у 2022 році через повномасштабну війну в Україні знизився показник роздрібного товарообороту підприємств, що свідчить про загальну економічну нестабільність та може призвести до зменшення прибутку підприємства і його можливостей розвиватися.

Аналіз товарообігу на підприємстві є важливою складовою фінансового аналізу і допомагає розуміти ефективність управління запасами, динаміку продажів та обсяги активності в підприємства. Розглянемо динаміку обсягів роздрібного товарообігу на підприємстві ВЗТП за 2013-2022рр. (рис.2.4).

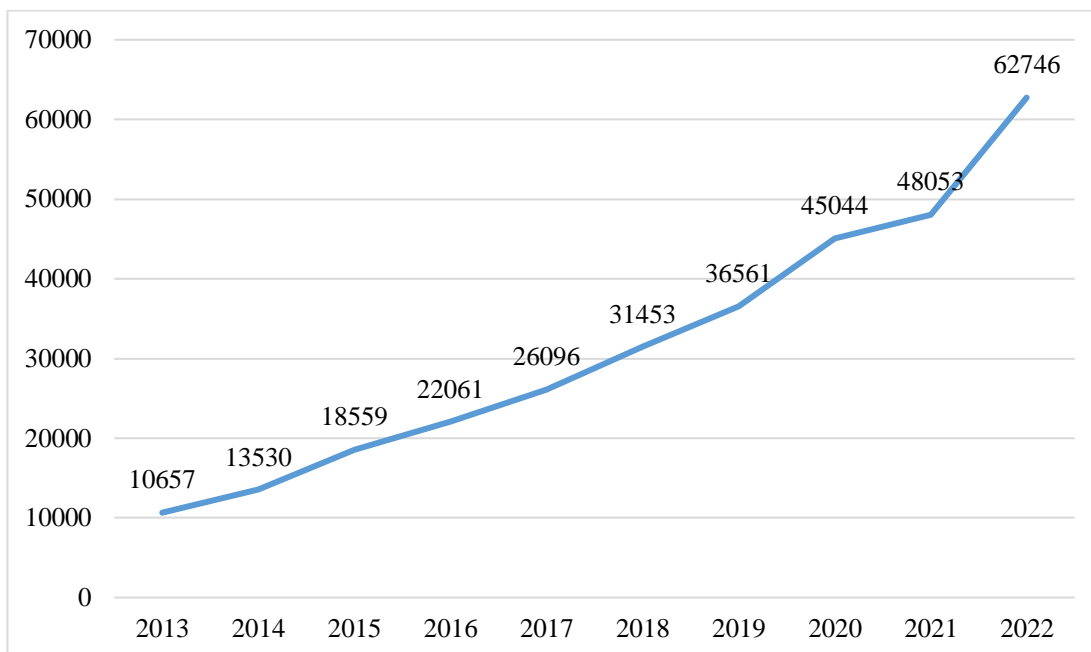


Рис. 2.4. Динаміка обсягів роздрібного товарообігу, тис. грн

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

Протягом аналізованого періоду обсяг роздрібного товарообігу підприємства у 2022 році, порівняно з 2013 роком, збільшився на 52089 тис. грн. За досліджуваний період спостерігається позитивна динаміка росту товарообігу, це свідчить про позитивний розвиток підприємства та його успіх на ринку. Підприємство є конкурентоспроможним і може забезпечити споживачам те, що вони шукають.

Обсяг роздрібного товарообороту в Україні в 2022 році знизився, за рахунок зменшення кількості суб'єктів господарювання за видом КВЕД 47 на 19,01%, але на нашому підприємстві цей показник збільшився, це означає що підприємство збільшувало своє виробництво.

В Рівненську спілку споживчих товариств входять 17 організацій, які в свою чергу мають магазини на визначених районах. Розглянемо динаміку обсягу товарообороту підприємств в області за 2020-2022 роки (рис.2.5).

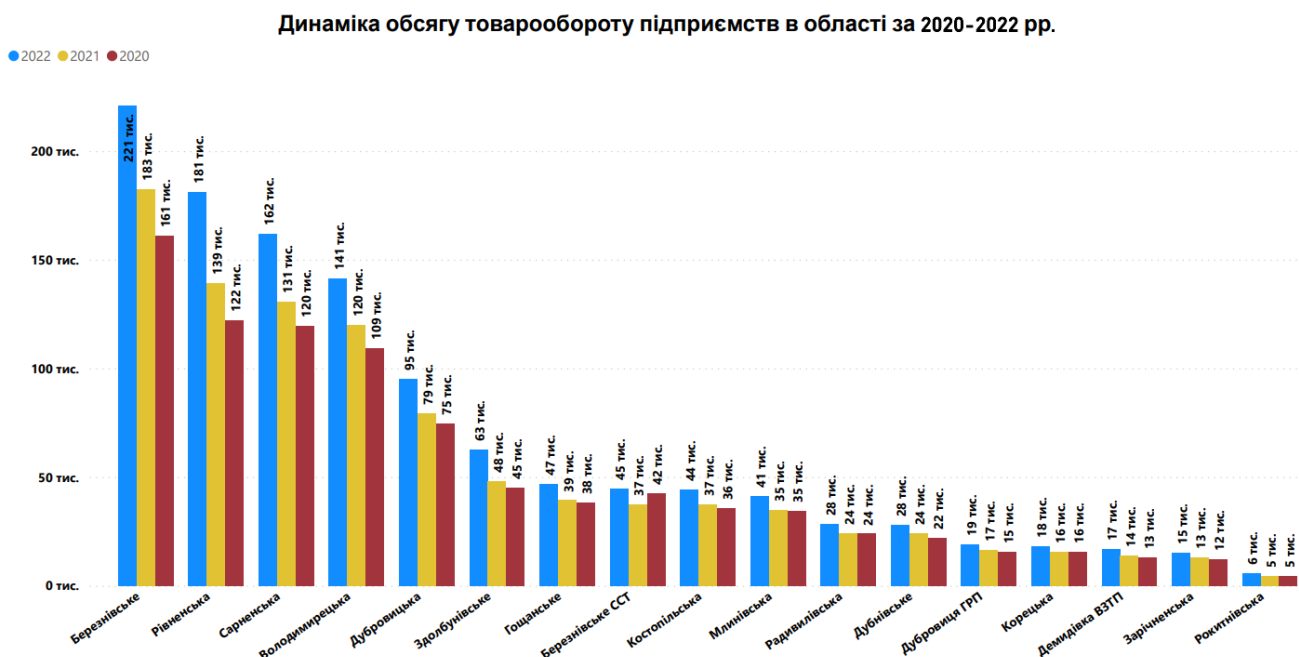


Рис.2.5. Динаміка обсягу товарообороту підприємств в області за 2020-2022 роки

Аналізуючи рис.2.5, можна зробити висновки, що Березнівське споживче товариство має найбільший обсяг товарообороту в області, у 2022 році він становив 221 тис.грн. Здолбунівське ВЗТП займає стабільно 6-те місце за обсягами товарообороту, так у 2022 році він становив 63 тис.грн. Тому досить важливим є здійснення оцінювання стану підприємницької діяльності означеної організації в частині окреслення можливих напрямів підвищення рівня ефективності підприємницької діяльності.

2.3. Економічні характеристики підприємницької діяльності в сфері роздрібної торгівлі (на прикладі Здолбунівського виробничо-заготівельно-торгового підприємства)

Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств (Укркоопспілка) — некомерційна організація, діяльність якої спрямована на представництво та захист інтересів споживчих товариств, спілок та їх членів у відповідних державних і міжнародних організаціях.

В Україні Укркоопспілка веде свою діяльність як на національному, так і на регіональних рівнях. Вона об'єднує обласні споживчі організації та інші, які, в свою чергу, об'єднують районні, міські та сільські споживспілки. Має зареєстрований у державному реєстрі логотип — СООР Україна, який об'єднує усіх членів Укркоопспілки під одним брендом та ідентифікує систему на міжнародному рівні поміж світових кооперативних організацій.

Здолбунівське виробничо-заготівельно торгове підприємство є підприємством Здолбунівської районної спілка споживчих товариств. Підприємство є юридичною особою, керується в своїй діяльності Законами України «Про споживчу кооперацію», «Про кооперацію», Цивільним кодексом України та Господарським кодексом України, іншими законодавчими актами України, нормативними актами Укркоопспілки, Статутом підприємства. Засновником підприємства є Здолбунівська районна спілка споживчих товариств. Основний вид діяльності – роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами.

Здолбунівське ВЗТП має 16 магазинів, які знаходяться в селах колишнього Здолбунівського району. Здолбунівське ВЗТП має лінійну організаційну структуру. Лінійний тип організаційної структури управління характеризується лінійними формами зв'язку між ланками управління і, як наслідок, концентрацією всього комплексу функцій управління та вироблення управлінських дій в одній ланці управління.

Сутність лінійного управління полягає в тому, що очолює кожен виробничий підрозділ керівник, який здійснює всі функції управління. Кожен працівник підрозділу безпосередньо підпорядковується тільки цьому керівнику. В свою чергу, останній є підзвітним директору. Зі сторони директора розробляються головні цілі, контроль, організація, координація дій працівників [53].

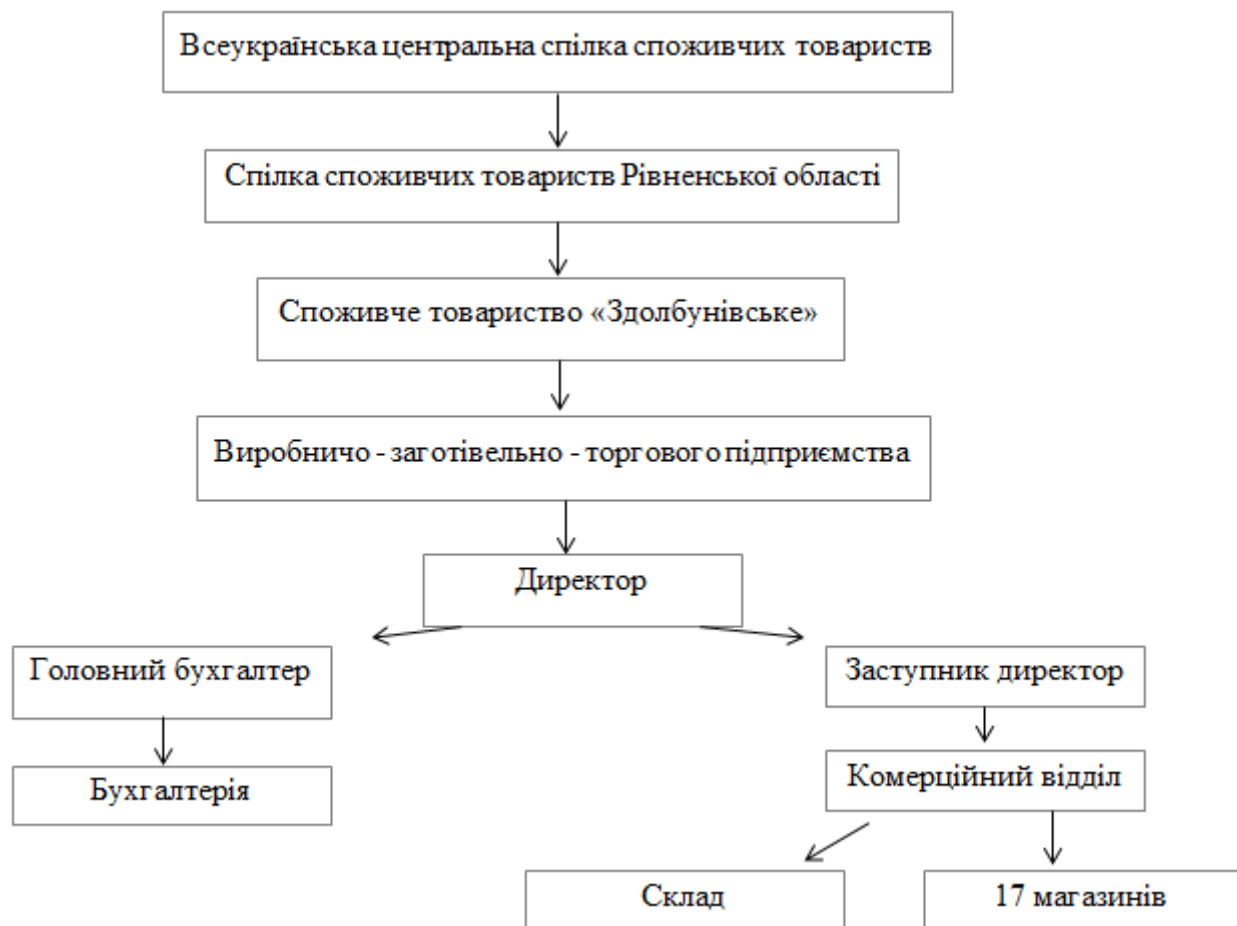


Рис 2.4. Організаційна структура Здолбунівського ВЗТП

Директор Здолбунівського ВЗТП підзвітний правлінню Засновника, виконує його рішення, діє від імені Підприємства і представляє його інтереси в межах прав і обов'язків. Здійснює керівництво оперативною та господарською діяльністю Підприємства, без довіреності діє від імені Підприємства, представляє його в усіх міністерствах, відомствах, установах, судових органах.

Здолбунівське ВЗТП використовує інформаційну систему створену приватним підприємством «Українські Корпоративні Системи», програми яких впроваджується на підприємствах і організаціях системи споживчої кооперації України.

До інформаційної системи УКС входять такі програми:

1. УКС-Звіт та аналіз - автоматизована система обробки звітів та формування аналізів діяльності суб'єктів господарювання. Проект представляє собою створення макетів (форм) вхідних документів, розробка форм вихідних зведених документів та форм необхідних аналізів господарсько-фінансової

діяльності підприємства чи організації, створення відношень контролю достовірності заведеної в базу даних інформації по кожному документу та між документами.

2. УКС-Бухгалтерія - автоматизована система бухгалтерського обліку. Даним проектом передбачена можливість складання консолідованого звіту по підприємству.

Функціональними рішеннями проекту передбачено автоматизоване ведення на комп'ютері наступних розділів бухгалтерського обліку:

- Синтетичний і аналітичний облік руху товарно-матеріальних цінностей і коштів;

- Кількісно - сумовий облік матеріальних цінностей.

- Облік основних засобів:

- Податковий облік;

- Звітність.

3. УКС-Зарплата - автоматизована система розрахунку заробітної плати.

4. УКС-Маркет - автоматизована система управління інформаційними процесами в торгово-роздрібних підприємствах(маркетах).

5. УКС-Пайовий капітал - автоматизована система обліку пайового капіталу споживчого товариства.

6. УКС-Реєстр пайовиків - автоматизована система ведення електронного реєстру членів споживчих товариств.

Ці системи покращують введення бухгалтерського обліку на підприємстві. З березня 2018 року Здолбунівське ВЗТП почало комп'ютиризувати свої магазини, застосовуючи програмне забезпечення "ТіС-Маркет". Програмно-апаратний комплекс "ТіС-Маркет" забезпечує повну автоматизацію інформаційних процесів у торгово-роздрібному підприємстві - маркеті та орієнтовані на автоматизацію наступних розділів: оперативний облік, кількісно-сумовий облік, бухгалтерський та податковий облік.

Для подання звітності до всіх контролюючих органів та реєстрації податкових накладних підприємство використовує програмне забезпечення «М.Е.Дос» та «Соната». Програми підтримують роботу з ЕЦП, а також із захищеними носіями ключів SecureToken. Програма УКС є універсальною для роботи як на великих так і на малих підприємствах. Проте нею можуть користуватися лише підприємства Української споживчої кооперації.

Переваги інформаційної системи на підприємстві:

1. Автоматизація процесів: ІС дозволяє автоматизувати багато рутинних процесів, таких як замовлення, інвентаризація, облік продажів, управління складом тощо. Це зменшує потребу в ручній роботі, підвищує ефективність і скорочує час виконання завдань.

2. Підвищення точності даних: ІС дозволяє збирати, зберігати та обробляти дані про товари, клієнтів, транзакції тощо. Це допомагає уникнути помилок, пов'язаних з ручним введенням інформації, та забезпечує високу точність даних.

3. Покращення управління запасами: ІС дозволяє вести детальний облік запасів товарів, включаючи інформацію про кількість, розташування, рух та стан запасів. Це допомагає підприємству уникати нестачі товарів або їх надлишку, оптимізувати замовлення та знизити затрати на утримання запасів.

Головною перевагою інформаційної системи УКС є те, що вона адаптована під стандарти бухгалтерського обліку споживчої кооперації. В інформаційній системі УКС не буває оновлень, для деяких підсистем не потрібний інтернет, тому вона є більш захищеною від вірусів і загрози викрадення конфіденційної інформації.

Недоліки інформаційної системи на підприємстві:

1. Високі витрати: реалізація та обладнання магазинів комп'ютерами з інформаційної системи є досить дорогими.

2. Потреба в оновленні: технології швидко розвиваються, тому інформаційну систему необхідно постійно оновлювати.

3. Залежність від технологій: якщо інформаційна система виходить з ладу або створює проблеми зі збереженням даних, це суттєво впливає на роботу підприємства.

Отже, програма УКС є універсальною і зручною. І не зважаючи на деякі недоліки, вона повністю забезпечує бухгалтерський облік Здолбунівського ВЗТП та задовольняє всі вимоги з питань автоматизації обліку. Для подальшого вдосконалення інформаційної системи на підприємстві потрібно продовжувати комп'ютиризувати всі магазини.

Для оцінки ефективності діяльності суб'єктів господарювання в торгівлі необхідно застосувати комплексний підхід, заснований на використанні різнопланових показників. Комплексне дослідження ефективності торговельної діяльності передбачає систематизацію показників, оскільки сукупність показників, якою б повною вона не була, без урахування їх взаємозв'язків, підпорядкованості, не дає реальної уяви про ефективність господарської діяльності [41].

Метою підприємницької діяльності є отримання певного обсягу прибутку, отже, прибуток є одним із головних критеріїв ефективності функціонування підприємств незалежно від виду економічної діяльності та форм господарювання.

Методичні засади формування, оцінки та визнання у бухгалтерському обліку інформації про доходи, а також порядок їх розкриття у фінансовій звітності визначають П(С)БО 15 «Дохід», та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», норми яких поширюються на підприємства та інших юридичних осіб незалежно від форм власності [42].

Розглянемо динаміку доходів Здолбунівського ВЗТП за 2018-2022 роки (табл. 2.4).

Таблиця 2.4.

Динаміка доходів Здолбунівського ВЗТП за 2018-2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	31453	36561	45044	48053	62746	3009	14693	6,68	30,58
Інші операційні доходи	10	153	0	0	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Всього	31463	36714	45044	48053	62746	3009	14693	6,68	30,58

Джерело: сформовано автором

Отже, динаміка доходів Здолбунівського ВЗТП за досліджуваний період в цілому була позитивною, а саме чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2021 році зріс на 3009 тис. грн., або на 6,68%, а у 2022 році на 14693 тис. грн., тобто на 30,58%. Інші операційні доходи, інші фінансові доходи та інші доходи не з'явилися за досліджуваний період.

Витрати підприємства – це сукупність ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових та ін.), спожитих фірмою за звітний період. Витрати як і дохід є важливим критерієм оцінки ефективності функціонування підприємства.

Сутність витрат та методологічні засади формування інформації про них в бухгалтерському обліку, розкриття цієї інформації у фінансовій звітності підприємств визначаються П(С)БО 16 «Витрати» [43].

Розглянемо динаміку витрат на виробництво і реалізацію продукції Здолбунівського ВЗТП за 2018-2022 роки (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка витрат на виробництво і реалізацію продукції Здолбунівського
ВЗТП за 2018-2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Собівартість реалізованої продукції	25196	29133	36018	38282	50145	2264	11863	6,29	30,99
Адміністративні витрати	603	705	875	1089	1041	214	-48	24,46	-4,41
Витрати на збут	4957	5874	7122	7632	10303	510	2671	7,16	35,00
Інші операційні витрати	19	42	23	30	20	7	-10	30,43	-33,33
Фінансові витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	6	30	8	8	9	0	1	0,00	12,50
Всього	30781	35784	44046	47041	61518	2995	14477	6,80	30,78

Джерело: сформовано автором

Отже, за досліджуваний період витрати Здолбунівського ВЗТП збільшувалися, а саме собівартість реалізованої продукції у 2021 році збільшилася на 2264 тис. грн., або на 6,29% та у 2022 році відповідно на 11863 тис. грн., або на 30,99%. Адміністративні витрати у 2021 році збільшилися на 214 тис. грн., або на 24,46%, у 2022 році зменшилися на 48 тис. грн., 4,41%. Щодо витрат на збут то вони протягом 2021 та 2022 років збільшилися на 510 тис. грн., або на 7,16% та відповідно на 2671 тис. грн., або на 35%.

Інші операційні витрати протягом досліджуваного періоду збільшувалися у 2021 році на 7 тис. грн., або на 30,43%, а у 2022 році зменшилися на 10 тис. грн., тобто на 33,33%. Фінансові витрати та інші витрати на підприємстві не з'явилися за досліджуваний період. Витрати з податку на прибуток у 2021 році

не змінювалися та становлять 8 тис.грн., а у 2022 році збільшилися на 1 тис. грн., або на 12,50%.

Фінансовий результат – це прибуток або збиток який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Обліком фінансових результатів та їх розподілом і списанням завершується бухгалтерський облік господарських процесів. Прибуток є головним фінансовим показником господарської діяльності підприємства, його ефективності, прибутковості й платоспроможності.

В основі аналізу фінансових результатів лежать дані фінансових звітів, зокрема «Звіту про фінансові результати» та ін. Перевагою показників даних звітів є їх уніфікованість (що дозволяє використовувати типові технології та алгоритми фінансових розрахунків), регулярність формування (не рідше одного разу на квартал) і високий ступінь надійності (звітність, формована на базі фінансового обліку, представляється зовнішнім користувачам і підлягає зовнішньому аудиту) [38].

Розглянемо динаміку стану фінансових результатів Здолбунівського ВЗТП за 2018-2022 роки (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка стану фінансових результатів на Здолбунівського ВЗТП за 2018-2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст суми, тис. грн.		Темп приросту,%	
	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	Сума, тис. грн.	2021-2020	2022-2021	2021 - 2020	2022 - 2021
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	31453	36561	45044	48053	62746	3009	14693	6,68	30,58
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	25196	29133	36018	38082	50145	2064	12063	5,73	31,68

Валовий прибуток	6257	7428	9026	9771	12601	745	2830	8,25	28,96
Інші операційні доходи	10	153	0	0	0	0	0	0	0
Адміністративні витрати	603	705	875	1089	1041	214	-48	24,46	-4,41
Витрати на збут	4957	5874	7122	7632	10303	510	2671	7,16	35,00
Інші операційні витрати	19	42	23	30	20	7	-10	30,43	-33,33
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	688	960	1006	1020	1237	14	217	1,39	21,27
Інші фінансові доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші доходи	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Фінансові витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші витрати	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток/збиток	688	960	1006	1020	1237	14	217	1,39	21,27
Витрати (дохід) з податку на прибуток	6	30	8	8	9	0	1	0,00	12,50
Чистий фінансовий результат: прибуток	682	930	998	1012	1228	14	216	1,40	21,34
Всього	70559	82776	101126	107717	140567	6591	32850	7	30,50

Джерело: сформовано автором

Отже, чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2021 році зріс на 3009 тис. грн., або на 6,68%, а у 2022 році на 14693 тис. грн., тобто на 30,58%. Собівартість реалізованої продукції у 2021 році збільшилася на 2264 тис. грн., або на 6,29% та у 2022 році відповідно на 11863 тис. грн., або на

30,99%. Валовий прибуток у 2021 році зріс на 74 тис. грн., або на 8,25%, а у 2022 році на 2830 тис. грн., тобто на 28,96%.

Інші операційні доходи, інші фінансові доходи та інші доходи не з'явилися за досліджуваний період. Адміністративні витрати у 2021 році збільшилися на 214 тис. грн., або на 24,46%, у 2022 році зменшилися на 48 тис. грн., 4,41%. Щодо витрат на збут то вони протягом 2021 та 2022 років збільшилися на 510 тис. грн., або на 7,16% та відповідно на 2671 тис. грн., або на 35%.

Інші операційні витрати протягом досліджуваного періоду збільшувалися у 2021 році на 7 тис. грн., або на 30,43%, а у 2022 році зменшилися на 10 тис. грн., тобто на 33,33%. Фінансові витрати та інші витрати на підприємстві не з'явилися за досліджуваний період.

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток у 2021 році зріс на 14 тис. грн., або на 1,39%, а у 2022 році на 217 тис. грн., тобто на 21,27%. Витрати з податку на прибуток у 2021 році не змінювалися та становлять 8 тис.грн., а у 2022 році збільшилися на 1 тис. грн., або на 12,50%. Чистий фінансовий результат: прибуток у 2021 році збільшилися на 14 тис. грн., або на 1,40%, в 2022 році збільшилися на 216 тис. грн., або на 21,34%.

Для оцінки ефективності як ступеня стійкого стану суб'єкта підприємницької діяльності в торгівлі, здатного до пристосування до різних економічних ситуацій, доцільно обрати критерій ділової активності, унаслідок існування зв'язку між цими поняттями. Термін «ділова активність» у широкому розумінні означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування господарюючого суб'єкта на ринках продукції, праці і капіталу. У вузькому розумінні під діловою активністю розуміється поточна виробнича і комерційна діяльність господарюючого суб'єкта [9].

Проаналізуємо динаміку показників ефективності використання ресурсів підприємства за 2018 – 2022 рр. (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Динаміка показників ділової активності Здолбунівського ВЗТП за 2018–
2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст	
						2021- 2020	2022- 2021
Чистий дохід, тис. грн.	31 453	36 561	45 044	48053	62746	3 009	14 693
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	25 196	29 133	36018	38082	50145	2 064	12 063
Середньорічна величина капіталу, тис. грн.	1 178	1 179	1 178	1 178	1 178	0	0
Середньорічна величина запасів, тис. грн.	2 239	2 678	3269	3664	3913,5	395	250
Середньорічна величина дебіторської заборгованості за продукцію, товари, робот, послуги, тис. грн.	469	482	445,5	325,5	249	-120	-77
Середньорічна величина кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, тис. грн.	2062	2539	2823,5	2729	2350,5	-94,50	-378,50
Середньорічна величина власного капіталу	2 009	2 421	2 881	3 971	3 429	1 090,00	-542,50
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	15,66	15,10	15,63	12,10	18,30	-3,53	6,20
Тривалість обороту капіталу, днів	22,99	23,83	23,03	29,75	19,67	6,72	-10,08
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги	67,14	75,85	101,11	147,63	251,99	46,52	104,36
Тривалість обороту дебіторської заборгованості за продукцію, товари, робот, послуги, днів	5,362	4,746	3,561	2,439	1,429	-1,12	-1,01
Коефіцієнт оборотності запасів	11,26	10,88	11,02	10,39	12,81	-0,62	2,42
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги	15,25	14,40	15,95	17,61	26,69	1,66	9,09
Тривалість обороту кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, днів	23,60	25,00	22,57	20,44	13,49	-2,12	-6,96
Операційний цикл, днів	37,35	37,83	36,23	37,08	29,52	0,84	-7,55
Фінансовий цикл, днів	7,88	6,46	8,01	11,28	12,65	3,26	1,37

Джерело: сформовано автором

Отже, за досліджуваний період, власний капітал підприємства здійснив у 2021 році – 12,10 оберти, а у 2022 році – 18,30, таке збільшення потрібно характеризувати як позитивно, адже характеризує збільшенням ефективності використання підприємством всіх активів. Щодо коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги спостерігається збільшення показника на 104,36 пункта у 2022 році, а тривалість обороту дебіторської заборгованості зменшився у 2020 році на 1,01 днів, що оцінюється позитивно.

У 2022 році період фінансового циклу значно зріс на 1,37 день в порівнянні з 2021 роком. Причинами такої тенденції є збільшення оборотності кредиторської заборгованості. Щодо операційного циклу підприємства, то у 2022 році він зменшився на 7,55 днів в динаміці, що означає зменшення періоду часу від моменту надходження товарів на підприємство до моменту отримання грошових коштів за реалізовану продукцію.

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [48].

Діяльність підприємства нерозривно пов'язана з наявністю та використанням основних засобів, які повинні характеризуватися відповідним складом та структурою для здійснення процесу виробництва. Для забезпечення конкурентоспроможності та отримання необхідної величини прибутку необхідно здійснювати постійний аналіз ефективності використання основних засобів та досліджувати фактори, які впливають на цю зміну. Тому розглянемо динаміку показників стану основних засобів Здолбунівського ВЗТП за даний період у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8.

Динаміка показників стану основних засобів Здолбунівського ВЗТП за
2018–2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
						2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Первісна вартість основних засобів, тис. грн.	2 238	2 381	2 592	2800	2786	208,00	-14,00	8,02	-0,50
Знос основних засобів, тис. грн.	1 069	1 162	1 305	1513	1600	208,00	87,00	15,94	5,75
Залишкова вартість основних засобів, тис. грн.	1 169	1 219	1 287	1 287	1 186	0,00	-101,00	0,00	-7,85
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,48	0,49	0,50	0,54	0,57	0,04	0,03	7,33	6,28
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,52	0,51	0,50	0,46	0,43	-0,04	-0,03	-7,43	-7,38

Джерело: сформовано автором

Отже, аналізуючи стан основних засобів Здолбунівського ВЗТП за 2018–2020 рр., ми дійшли висновку, що їхній стан на підприємстві є задовільним.

Зростають коефіцієнти зносу в динаміці і, відповідно, зменшуються коефіцієнти придатності. І все це відбувається в умовах неперервного зростання первісної вартості основних виробничих засобів.

Головною метою управління основними фондами на підприємстві є підвищення ефективності їх використання, тобто збільшення кількості продукції, що виготовляється за допомогою засобів праці, зменшення часу їх простою. Розглянемо ефективність використання основних фондів Здолбунівського ВЗТП (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Динаміка показників ефективності використання основних засобів
Здолбунівського ВЗТП за 2018–2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
						2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Чистий дохід, тис. грн.	31 453	36 561	45 044	48053	62746	3009	14693	6,68	30,58
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1035	1 194	1253	1287	1236,50	34,00	-50,50	2,71	-3,92
Валовий прибуток (збиток), тис. грн.	6257	7428	9026	9 771	12 601	745,00	2830,00	8,25	28,96
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	682	930	998	1012	1228	14,00	216,00	1,40	21,34
Фондовіддача	30,39	30,62	35,95	37,34	50,74	1,39	13,41	3,86	35,91
Фондомісткість	0,0329	0,0327	0,0278	0,0268	0,0197	0	-0,01	-3,72	-26,42
Рентабельність основних засобів за валовим прибутком, %	604,54	622,11	720,35	759,21	1019,09	38,86	259,88	5,39	34,23
Рентабельність основних засобів за чистим прибутком, %	65,89	77,89	79,65	78,63	99,31	-1,02	20,68	-1,28	26,30

Джерело: сформовано автором

Отже, ефективність управління основними засобами на підприємстві зростає. Так коефіцієнт фондівдачі зростає. У 2018 році було вироблено продукції та надано послуг на суму 30,29 грн. на кожен використований гривню основних засобів. В 2022 році показник зростає до 50,74 грн. Причиною такої тенденції є оптимізація структури основних засобів - зайві

були продані. Якщо говорити про рентабельність основних засобів, то на 1 грн. вартості основних засобів припало у 2018 році 604,54% валового прибутку, у 2021 році – 759,21%, а у 2022 році – 759,21%.

Таким чином, від вирішення проблеми підвищення ефективності використання основних засобів та виробничих потужностей підприємств залежить місце підприємства в системі ринкових відносин, його фінансовий стан, рівень конкурентоспроможності тощо. Підвищення ефективності використання основних засобів є важливим чинником зростання ефективності діяльності підприємства.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є його фінансова стійкість. Фінансова стійкість — це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування.

Для оцінювання рівня фінансової стабільності з погляду забезпеченості підприємства економічно обґрунтованими джерелами фінансування використовується система абсолютних і відносних показників. До абсолютних показників належать, зокрема, сума власних оборотних коштів і робочого (оборотного) капіталу, тому проведемо аналіз абсолютних показників фінансової стійкості Здолбунівського ВЗТП (табл. 2.10)

Таблиця 2.10

Динаміка абсолютних показників фінансової стійкості Здолбунівського ВЗТП за 2018–2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022
Необоротні активи, тис. грн.	1220	1301	1369	1623	1507
Оборотні активи, тис. грн.	3 273	4 125	4 614	4709	4804
Власний капітал, тис. грн.	2 163	2 678	3 084	3773	4169

Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	0	0	0	0	0
Наявність власних обігових коштів підприємства	943	1 377	1 715	2 150	2 662
Показник наявності власних і довгострокових позикових коштів	-277	76	346	527	1 155
Загальний розмір основних джерел формування запасів	-277	76	346	527	1 155
Короткострокові кредити й позикові кошти, тис. грн.	0	0	0	0	0
Запаси, тис. грн.	2436	2929	3619	3709	4118
Надлишок (+) або нестача (-) власних обігових коштів	-1 493	-1 552	-1 904	-1 559	-1 456
Надлишок (+) або нестача (-) власних обігових коштів і довгострокових джерел формування запасів	-2 713	-2 853	-3 273	-3 182	-2 963
Надлишок (+) або нестача (-) загального розміру основних джерел формування запасів	-2 713	-2 853	-3 273	-3 182	-2 963
Тип фінансової стійкості	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан	Нестійкий фінансовий стан

Джерело: сформовано автором

За досліджуваний період на підприємстві фінансовий стан не зазнав суттєвих змін. Так, у 2018–2022 роках у Здолбунівське ВЗТП існує нестійкий фінансовий стан, це означає, що не вистачає власних фінансових ресурсів для забезпечення фінансування поточної діяльності, а тому є потреба у залученні додаткових джерел фінансування.

На наступному етапі дослідження здійснено аналіз відносних показників фінансової стійкості на Здолбунівському ВЗТП за 2018–2022 рр. (див. табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Динаміка відносних показників фінансової стійкості Здолбунівського
ВЗТП за 2018–2022 рр.

Показники	Нормативне значення	2018	2019	2020	2021	2022
Коефіцієнт автономії	>0,5	0,48	0,49	0,52	0,60	0,66
Коефіцієнт фінансової залежності	<2	2,08	2,03	1,94	1,68	1,51
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,75-0,9	0,48	0,49	0,52	0,60	0,66
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,67-1,5	0,93	0,97	1,06	1,47	1,95
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,3-0,5	0,44	0,51	0,56	0,57	0,64
Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами	0,5-0,8	0,89	0,92	0,85	1,02	1,01
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами	>0,1	0,66	0,65	0,67	0,80	0,87
Індекс постійного активу	Зменшення	0,56	0,49	0,44	0,43	0,36

Джерело: сформовано автором

На підставі показників, наведених у табл. 2.11, можна зробити висновок про фінансову стабільність Здолбунівського ВЗТП. Коефіцієнт автономії за 2022 рік становить 0,66, це оцінюється позитивно і свідчить про незалежність організації від джерел фінансування. Зростання коефіцієнта автономії на 0,6% між 2021 та 2022 роками демонструє як компанія менше залежить від джерел фінансування. Значення коефіцієнта фінансової залежності відповідає нормативному значенню (<2), його зниження на 0,16 у 2022 році порівняно з 2021 роком є позитивним. Коефіцієнт фінансової стійкості відповідає нормативному значенню, це говорить про здатність компанії залишатися платоспроможною в довгостроковій перспективі.

Коефіцієнт фінансової стабільності у 2022 році перевищує нормативне значення, це може означати наявність додаткових резервів підвищення ефективності за рахунок залучення позикових коштів. Коефіцієнт маневреності власного капіталу та коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами у досліджуваному періоді не відповідають нормі. Індекс постійного активу відображає частку необоротних активів у джерелах власних коштів. У нашому прикладі цей показник знизився з 0,43 у 2021 році до 0,36 в 2022 році. Така зміна свідчить про підвищення частки власного оборотного капіталу.

Важливим елементом фінансової надійності будь-якої компанії є платоспроможність. Ліквідністю вважається спроможність підприємства перетворювати свої активи на гроші для виконання всіх необхідних платежів у міру настання їх строку [5]. Тому розглянемо та проаналізуємо показники ліквідності балансу Здолбунівського ВЗТП у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Показники ліквідності балансу Здолбунівського ВЗТП за 2018–2022 рр.

Групи активів	2018	2019	2020	2021	2022	Групи пасивів	2018	2019	2020	2021	2022
A1	379	700	610	734	454	П1	2 330	2 748	2 899	2559	2142
A2	458	506	385	266	232	П2	0	0	0	0	0
A3	2 436	2 919	3 619	3709	4118	П3	0	0	0	0	0
A4	1 220	1 301	1 369	1623	1507	П4	2 163	2 678	3 084	3773	4169
Баланс	4 493	5 426	5 983	6363	6311	Баланс	4 493	5 426	5 983	6363	6311

Джерело: сформовано автором

Впродовж досліджуваного періоду баланс підприємства не відповідав критеріям абсолютної ліквідності через невиконання першої умови, тобто $A_1 \geq P_1$, $A_2 \geq P_2$, $A_3 \geq P_3$, $A_4 \leq P_4$. Високо-ліквідні активи не покривали термінові пасиви. Тому в цілому на Здолбунівському ВЗТП не можна говорити про абсолютно ліквідний баланс, адже основні умови не виконувалися.

Також оцінку ліквідності підприємства виконують за допомогою системи фінансових коефіцієнтів, які дозволяють зіставити вартість поточних активів, що

мають різний ступінь ліквідності, із сумою поточних зобов'язань (див. табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Динаміка коефіцієнтів ліквідності Здолбунівського ВЗТП за 2018–2022 рр.

Показники	Нормативне значення	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст	
							2021-2020	2022-2021
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	0,16	0,25	0,21	0,29	0,21	0,08	-0,07
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 1	0,36	0,44	0,34	0,39	0,32	0,05	-0,07
Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	> 2	1,40	1,50	1,59	1,84	2,24	0,25	0,40
Коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів	0,5-0,7	1,05	1,06	1,25	1,45	1,92	0,20	0,47

Джерело: сформовано автором

З аналізу даних, можна зробити висновок, що впродовж досліджуваного періоду спостерігається перевищення коефіцієнта ліквідності при мобілізації коштів. Коефіцієнт швидкої ліквідності за досліджуваний період не відповідав нормативу, що оцінюється негативно, оскільки на підприємстві існує велика частина поточних зобов'язань. Коефіцієнт абсолютної ліквідності зріс на 0,08 пункти у 2021 році, але впав на 0,07 у 2022 році, проте значення коефіцієнту перебуває в межах нормативного значення.

Важливим є те, що підприємство не має необхідної кількості запасів для продажу у випадку необхідності погашення поточних боргових зобов'язань, оскільки коефіцієнт ліквідності мобілізації коштів не досягав нормативного значення.

Отже, можемо зробити висновок, що в цілому динаміка досліджуваних показників Здолбунівського ВЗТП у 2022 році була негативною, але все ж підприємство вважається ліквідним та платоспроможним.

Показники рентабельності є основними характеристиками ефективності фінансово-господарської діяльності страхових компаній. Економічний зміст показників рентабельності зводиться до прибутковості діяльності компанії. Показники ділової активності ще називають показниками оцінки оборотності активів, або коефіцієнтами управління активами [6].

Проаналізуємо динаміку показників рентабельності. Розглянемо їх детальніше у таблиці 2.15.

Таблиця 2.14

Динаміка показників рентабельності Здолбунівського ВЗТП за
2018–2022 рр.

Показники	2018	2019	2020	2021	2022	Абсолютний приріст		Темп приросту, %	
						2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Чистий дохід від реалізації продукції тис. грн.	31 453	36 561	45 044	48053	62746	3 009	14 693	6,68	30,58
Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.	688	960	1006	1020	1237	14	217	1,39	21,27
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	25 196	29 133	36018	38082	50145	2 064	12 063	5,73	31,68
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	4070,5	3699	4369,5	4661,5	4756,5	292	95	6,68	2,04
Власний капітал, тис. грн.	2163	2678	3084	3773	4169	689	396	22,34	10,50
Запаси, тис. грн.	2436	2919	3619	3709	4118	90	409	2,49	11,03
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	1083,5	1260,5	1335	1496	1565	161	69	12,06	4,61
Валовий прибуток, тис. грн.	6257	7428	9026	9771	12601	745	2 830	8,25	28,96

Необоротні активи, тис. грн.	1220	1301	1369	1623	1507	254	-116	18,55	-7,15
Рентабельність оборотних активів, %	7,73	9,88	10,31	10,31	13,19	0	2,88	0	27,97
Рентабельності власного капіталу, %	14,54	13,65	14,61	12,74	15,05	-1,87	2,31	- 12,80	18,17
Операційна рентабельність реалізованої продукції, %	0,02	0,03	0,02	0,02	0,02	0	0	-4,96	-7,12
Рентабельність реалізованої продукції, %	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0	0	1,48	-1,24
Рентабельність необоротних активів, %	29,03	29,01	33,74	32,12	40,09	-1,62	7,97	-4,80	24,82
Загальна рентабельність виробничих засобів, %	1,711	1,76	1,81	1,83	2,24	0,02	0,41	1,27	22,25

Джерело: сформовано автором

Отже, на основі даних табл. 2.14 можемо зробити висновок, що у 2022р. основна частина показників рентабельності збільшилась порівняно з 2021р. Показник рентабельності оборотних активів впродовж досліджуваного періоду зріс, що є позитивно, оскільки підприємство ефективно використовує обігові кошти. Показник рентабельності власного капіталу у 2022 році зріс, що означає підвищення здатності компанії генерувати прибуток власникам. Показник операційної рентабельності реалізованої продукції у 2022 році, в порівнянні з 2021 роком, не змінився і становить 0,02%. Показники рентабельності реалізованої продукції у 2018-2022 роках залишається незмінними. Позитивною тенденцією є ріст загальної рентабельності підприємства з 1,71 % в 2018 році до 2,24 % в 2022 році. Отже, можемо зробити висновок, що на Здолбунівському ВЗТП існує тенденція до покращання показників рентабельності.

Здолбунівське виробничо-заготівельно торгове підприємство є підприємством Здолбунівської районної спілка споживчих товариств. В структурі активів в період з 2018 по 2022 рік переважали оборотні активи.

Основним джерелом доходів є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Підприємство має нестійкий фінансовий стан, проте вважається ліквідною та платоспроможною компанією.

Висновки до розділу 2

В ході проведеного дослідження встановлено, що оцінювання стану розвитку сфери роздрібної торгівлі в Україні не має єдиного сформованого підходу, тому запропоновано здійснювати таке оцінювання комплексно. Вибір конкретного підходу або моделі залежить від обсягу даних, доступності ресурсів та конкретних цілей дослідження.

В Україні роздрібна торгівля є однією з найбільш привабливих галузей для ведення бізнесу. Протягом останніх 12 років показник роздрібногo товарообороту підприємств невинно зростає. Збільшення товарообороту є позитивним явищем, яке може сприяти економічному розвитку та підвищенню прибутковості підприємств роздрібної торгівлі, але важливо також враховувати його вплив на фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємств.

В структурі активів в період з 2018 по 2022 рік переважали оборотні активи. Основним джерелом доходів є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Зростання ефективності управління основними засобами на підприємстві означає, що підприємство краще вдається у використанні своїх фізичних активів (основних засобів) з метою досягнення своїх стратегічних цілей і покращення фінансових результатів.

На Здолбунівському ВЗТП спостерігається нестійкий фінансовий стан, це означає що нормальних джерел не вистачає для фінансування поточної діяльності, а тому є потреба у залученні додаткових джерел фінансування. Однак підприємство вважається ліквідним та платоспроможним.

РОЗДІЛ 3. КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ НА ПРИКЛАДІ ЗВЗТП

3.1. Інтегральне оцінювання стану підприємницької діяльності ВЗТП

Комплексний аналіз фінансового стану підприємства є важливим інструментом для оцінки його фінансової стійкості, продуктивності та ефективності управління. Цей процес включає в себе ретельний розгляд фінансових звітів, визначення різних показників та їх аналіз.

Для аналізу стану було обрано 5 груп показників: це показники стану основних засобів, показники ліквідності, показники фінансової стійкості, показники ділової активності і показники рентабельності.

До першої групи показників стану основних засобів входять: знос основних засобів; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт придатності основних засобів; фондovіддача; фондомісткість; рентабельність основних засобів за валовим прибутком; рентабельність основних засобів за чистим прибутком.

До другої групи показників ліквідності: коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт швидкої ліквідності; коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності) та коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів.

До третьої групи показників фінансової стійкості: коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт фінансової стабільності; коефіцієнт автономії; коефіцієнт маневреності власного капіталу; коефіцієнт фінансової стійкості; коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами та коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами.

До четвертої групи показників ділової активності: коефіцієнт оборотності запасів; коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги; коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги та коефіцієнт оборотності власного капіталу.

До п'ятої групи показників рентабельності: рентабельність оборотних активів; рентабельності власного капіталу; операційна рентабельність реалізованої продукції; рентабельність необоротних активів та загальна рентабельність виробничих засобів.

Першим етапом дослідження є формування вихідних даних порахованих за результатом діяльності ВЗТП за 2018-2022 роки (табл.3.1).

Таблиця 3.1

**Вихідні дані для проведення інтегрального оцінювання стану
підприємницької діяльності ВЗТП**

№	Показник	Роки				
		2018	2019	2020	2021	2022
Показники стану основних засобів (Хоз)						
1	Знос основних засобів	1 069	1 162	1 305	1513	1600
2	Коефіцієнт зносу основних засобів	0,48	0,49	0,5	0,54	0,57
3	Коефіцієнт придатності основних засобів	0,52	0,51	0,5	0,46	0,43
4	Фондовіддача	30,39	30,62	35,95	37,34	50,74
5	Фондомісткість	0,0329	0,0327	0,0278	0,0268	0,0197
6	Рентабельність основних засобів за валовим прибутком	604,54	622,11	720,35	759,21	1019,09
7	Рентабельність основних засобів за чистим прибутком	65,89	77,89	79,65	78,63	99,31
Показники ліквідності (Хл)						
8	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,16	0,25	0,21	0,29	0,21
9	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,36	0,44	0,34	0,39	0,32
10	Коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	1,4	1,5	1,59	1,84	2,24
11	Коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів	1,05	1,06	1,25	1,45	1,92
Показники фінансової стійкості (Хфс)						
12	Коефіцієнт фінансової залежності	2,08	2,03	1,94	1,68	1,51
13	Коефіцієнт фінансової стабільності	0,93	0,97	1,06	1,47	1,95
14	коефіцієнт автономії	0,48	0,49	0,52	0,6	0,66
15	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,44	0,51	0,56	0,57	0,64
16	коефіцієнт фінансової стійкості	0,48	0,49	0,52	0,6	0,66
17	Коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами	0,89	0,92	0,85	1,02	1,01
18	Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними оборотними коштами	0,66	0,65	0,67	0,8	0,87
Показники ділової активності (Хда)						
19	Коефіцієнт оборотності запасів	11,26	10,88	11,02	10,39	12,81
20	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги	67,14	75,85	101,11	147,63	251,99

21	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги	15,25	14,4	15,95	17,61	26,69
22	коефіцієнт оборотності власного капіталу	15,66	15,1	15,63	12,1	18,3
Показники рентабельності (Хр)						
23	Рентабельність оборотних активів, %	7,73	9,88	10,31	10,31	13,19
24	Рентабельності власного капіталу, %	14,54	13,65	14,61	12,74	15,05
25	Операційна рентабельність реалізованої продукції, %	0,02	0,03	0,02	0,02	0,02
26	Рентабельність необоротних активів, %	29,03	29,01	33,74	32,12	40,09
27	Загальна рентабельність виробничих засобів, %	1,711	1,76	1,81	1,83	2,24

Джерело: сформовано автором

Другим етапом була побудова матриці спостережень та диференціації ознак матриці спостережень. Для цього усі ознаки діляться на стимулятори й дестимулятори. Підставою поділу ознак на дві групи є характер впливу кожного з них на рівень розвитку досліджуваних об'єктів. Коефіцієнт зносу основних засобів був визначений як дестимулятор, а всі інші показники – стимулятори.

Наступним етапом була стандартизація всіх значень матриці та визначення еталонних точок. За допомогою обчислень відстаней було розраховано таксономічні показники рівня розвитку підприємства.

Проведемо аналіз групових інтегральних показників підприємницької діяльності ВЗТП (рис.3.1).

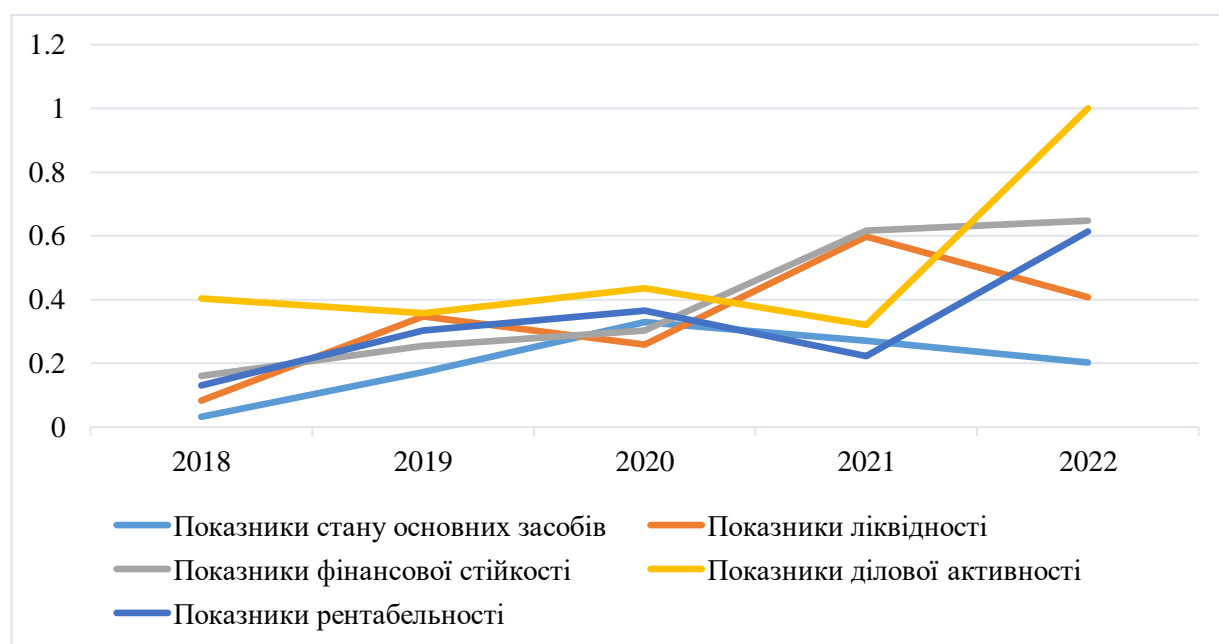


Рис. 3.1. Динаміка інтегральних показників за групами для ВЗТП

З даних рис. 3.1 видно, що інтегральний показник стану основних засобів є найнищим. Загалом за 2018 -2022 рр показники мають тенденцію до збільшення, проте у 2021 році показники ділової активності та рентабельності знизилися, але у 2022 році ці показники вирости. Показники фінансової стійкості, ліквідності та стану основних засобів знизилися у 2022 році, але загалом показники мають нормальні значення.

Для аналізу отриманих результатів рівня інтегрального показника використаємо шкалу бажаності Харрінгтона, що наведена у табл. 3.2 [54].

Таблиця 3.2.

Шкала бажаності Харрінгтона

Межі показника	Оцінка рівня інтегрального показника
[0; 0,2]	«дуже погано»
[0,2; 0,37]	«погано»
[0,37; 0,63]	«задовільно»
[0,63; 0,8]	«добре»
[0,8; 1]	«дуже добре»

Джерело: [54]

Розглянемо динаміку загального інтегрального показника стану підприємницької діяльності ВЗТП (рис.3.2.).

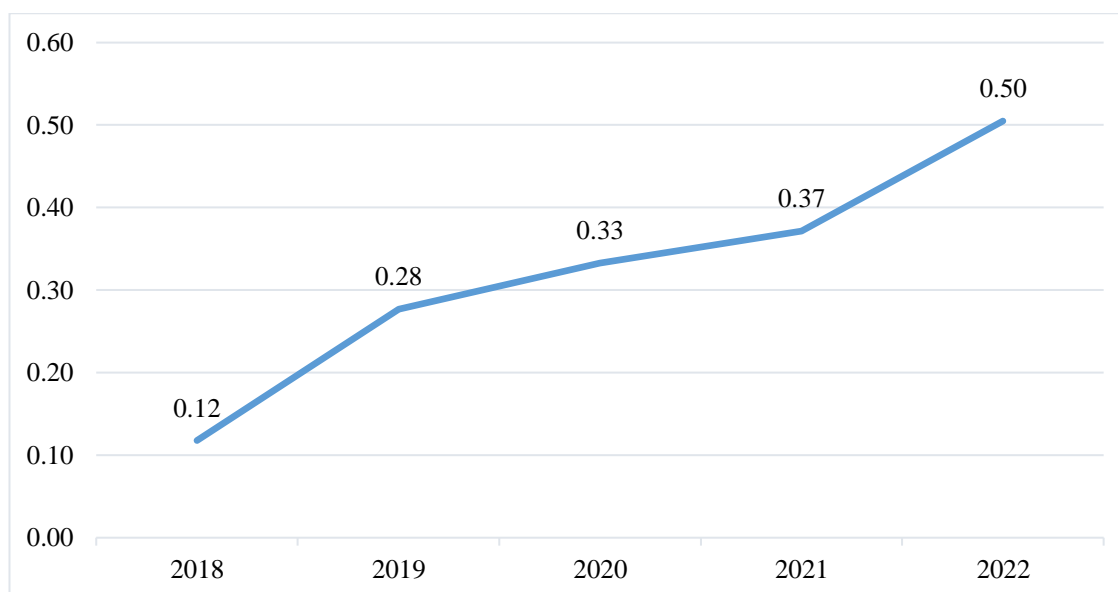


Рис. 3.2. Динаміка загального інтегрального показника стану підприємницької діяльності ВЗТП

Як видно з даних рис. 3.2. динаміка інтегрального показника з 2018 до 2020 року має тенденцію до зростання, що може свідчити про поліпшення його фінансового, економічного та управлінського стану. У 2018 році інтегральний показник становив 0,12, що за шкалою Харрінгтона оцінюється як «дуже погано». У 2019 цей показник має значення 0,28, що оцінюється як «погано». У 2020 та 2021 роках показник становив 0,33 та 0,37, відповідно, що оцінюється як «задовільно», а у 2022 році показник мав значення 0,50, що означає «добре».

Комплексний аналіз фінансового стану підприємства допомагає керівництву приймати обгрунтовані рішення, покращувати фінансовий контроль та визначати стратегії для подальшого розвитку. Збільшення інтегрального показника свідчить про те, що підприємство успішно вирішує різноманітні завдання та досягає покращень в різних сферах своєї діяльності.

3.3. Оцінювання ймовірності настання банкрутства

Одним із пріоритетних напрямів сучасного фінансового аналізу є оцінка ймовірності настання банкрутства. Під банкрутством підприємства розуміють неможливість виконання ним своїх фінансових зобов'язань. Тому існує необхідність їх оцінки та здійснення ряду заходів для запобігання [55]. Для цього існують певні статистичних моделей, найбільш відомими серед яких є моделі таких відомих західних економістів, як Альтмана, Спрінгейта, Дікіна, Едмістера та інших.

Банкрутство – це підтверджена документально неспроможність суб'єкта господарювання оплатити свої зобов'язання та фінансову поточну діяльність за дефіцитом коштів.

Проведемо діагностику ймовірності настання банкрутства за моделлю Альтмана (табл. 3.3). У 1968 р. Е. Альтман запропонував п'ятифакторну модель, де факторами є окремі показники фінансового стану підприємства. Ця модель має такий вигляд:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 0,999X_5$$

Якщо значення $Z < 1,8$ – тоді ймовірність банкрутства дуже висока (понад 80%); $1,81 < Z < 2,7$ – висока (від 40% до 50%); $2,71 < Z < 2,99$ – можлива (від 15% до 20%); $Z > 3$ – дуже низька.

Таблиця 3.3

Показники діагностики ймовірності банкрутства Здолбунівського ВЗТП за моделлю Альтмана за 2020–2022 рр.

Показники	2020	2021	2022
Середньорічна сума власного капіталу, тис. грн.	2881	3971	3 429
Середньорічна сума довгострокових зобов'язань, тис. грн.	0	0,00	0
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	1335	1496	1565
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	5704,50	6321,50	6157,50
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), тис. грн.	998	1012	1228
Середньорічна сума зобов'язань, тис. грн.	2823,50	2729	2351
Чистий дохід, тис. грн.	45 044	48 053	62 746
x1	0,29	0,34	0,42
x2	0,17	0,16	0,19
x3	0,17	0,16	0,20
x4	1,06	1,47	1,95
x5	7,53	7,59	9,94
Z	9,29	9,63	12,53

Джерело: сформовано автором

Отже, аналізуючи дану таблицю, можемо зробити висновок, що на підприємстві за 2020-2022 роки спостерігався стійкий фінансовий стан, оскільки $Z > 2,9$.

Досить поширеною в Україні є діагностика банкрутства підприємства за моделлю О. Терещенка. Скористаймося моделлю О. Терещенка, який будував свою модель на основі 6 фінансових показників (табл. 3.4). Модель О.О. Терещенка визначається за формулою [55]:

$$Z = 1,5X_1 + 0,08X_2 + 10X_3 + 5X_4 + 0,3X_5 + 0,1X_6$$

Одержані значення показника Z можна інтегрувати так:

$0 < Z < 1$ - існує загроза банкрутства; $1 < Z < 2$ – у підприємства порушено фінансову рівновагу (фінансову стійкість), але йому не загрожує банкрутство за

умови переходу на антикризове управління; $Z > 2$ – підприємство є фінансовою стійким і йому не загрожує банкрутство.

Таблиця 3.4

Показники діагностики ймовірності банкрутства Здолбунівського ВЗТП за моделлю О. Терещенка за 2020–2022 рр.

Показники	2020	2021	2022
Поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	2899	2559	2142
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), тис. грн.	998	1012	1228
Валюта балансу, тис. грн.	5983	6332	6311
Запаси, тис. грн.	3 619	3 709	4 118
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	5704,50	6321,50	6157,50
Чистий дохід, тис. грн.	45 044	48 053	62 746
x1	15,54	18,78	29,29
x2	2,06	2,47	2,95
x3	0,17	0,16	0,19
x4	0,02	0,02	0,02
x5	0,08	0,08	0,07
x6	7,53	7,59	9,94
Z	26,03	30,85	47,23

Джерело: сформовано автором

Отже, аналізуючи дану таблицю, можемо зробити висновок, що підприємству за 2020-2022 роки не загрожує банкрутство, оскільки $Z > 2$.

Третя модель для оцінки ймовірності настання банкрутства є модель Ліса (табл. 3.5). Модель Ліса є більш збалансованою, вона також акцентує увагу на рівень прибутковості діяльності та рентабельність активів підприємства, а також на структуру активів та джерел їх фінансування. Модель Ліса має такий вигляд:

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4$$

Якщо значення $Z < 0,037$ – висока ймовірність банкрутства; $Z = 0,037$ – граничне значення; $Z > 0,037$ – низька ймовірність банкрутства.

Таблиця 3.5

Показники діагностики ймовірності банкрутства Здолбунівського ВЗТП за моделлю Ліса за 2020–2022 рр.

Показники	2020	2021	2022
Оборотні активи, тис. грн.	4614	4709	4804
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), тис. грн.	998	1012	1228

Валюта балансу, тис. грн.	5983	6332	6311
Власний капітал, тис. грн.	3084	3773	4169
Поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	2899	2559	2142
Операційний прибуток, тис. грн.	1006	1020	1237
x1	0,77	0,74	0,76
x2	0,17	0,16	0,20
x3	0,17	0,16	0,19
x4	1,06	1,47	1,95
Z	0,07	0,07	0,08

Джерело: сформовано автором

Провівши діагностику ймовірності банкрутства Здолбунівського ВЗТП за моделлю Ліса, можна зазначити, що даному підприємству в близькому майбутньому не загрожує банкрутство, адже значення Z як у 2020 році, так і у 2022 році перевищує 0,037 ($Z > 0,037$), більше того, динаміка оцінюється позитивно.

Досліджуючи ймовірність банкрутства, я дійшла висновку, що Здолбунівському ВЗТП за моделлю Альтмана, О. Терещенка та Ліса не загрожує банкрутство, але підприємству все-таки потрібно покращувати стан та розвивати свою діяльність відповідно до умов ринкової економіки. Для розуміння можливих напрямів забезпечення підвищення ефективності підприємницької діяльності також варто проаналізувати твердження управлінців організації.

3.3. Оцінювання тверджень з використанням методу описової подібності щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП

Зважаючи на той факт, що оцінювання стану підприємницької діяльності повинно здійснюватися з урахуванням кількісних та якісних даних. Такий глибинний аналіз дозволить виявити можливі резерви в руслі підвищення ефективності підприємницької діяльності. Оцінювання якісних даних пропонуємо здійснювати з використанням методу описової подібності, який запропонований проф. Пеетером Лоренцом та проф. Мариною Аверкиною.

Метод описової подібності, який базований на теорії алгебраїчних систем використовується для порівняння або визначення ступеня схожості між двома або більше об'єктами, концептами чи явищами шляхом використання подібних описів чи мовних засобів. Цей метод базується на здатності мови передавати асоціації, емоції, образи та враження.

Розглянемо коефіцієнт подібності П. Лоренца й М. Аверкиної [52]: вони пропонують розглянути два набори фігур: $A = \{\Delta, \square, \times, \neg, \blacklozenge, \circ, +\}$ та $B = \{+, \times, \nabla, \diamond, \lrcorner, \bullet, o, \square\}$. Спостережено, що в створені цих множин фігур є лише два спільних елементи: \square і \times . Проте, існує достатня кількість людей, які погодяться прирівняти й наступні інші елементи: Δ і ∇ , $+$ і $+$, \neg і \lrcorner , \circ і o . Тоді розрахуємо коефіцієнти подібності:

$$\text{SimJ}(A, B) = \frac{E(A \cap B)}{[E(A) + E(B) - E(A \cap B)]} = \frac{2}{[7 + 8 - 2]} = \frac{2}{13} \quad (3.1)$$

$$\text{SimLT}(A, B) = \frac{E(\text{equT}(A, B))}{[E(A) + E(B) - E(\text{equT}(A, B))]} = \frac{6}{[7 + 8 - 6]} = \frac{6}{9} = \frac{2}{3}! \quad (3.2)$$

Існує три набори тверджень:

- A – множина, елементами якої є твердження з першого опису;
- B – множина, елементами якої є твердження з іншого опису;
- C – це набір елементів, які є впорядкованими парами, де перша позиція пари має твердження A , друга позиція має твердження B , і ці твердження були прирівняні між собою.

Для прикладу, науковці П. Лоренц й М. Аверкіна [57] розглянули дві сім'ї F' та F'' . Характеристика сімей держав S' та S'' цих сімей була наступною:

Сім'я F' : Сім'я живе в сільській місцевості. Вони мають свій будинок. У сім'ї четверо дітей. Батько працює. Мати домогосподарка. Навколо будинку великий сад. У саду є дві великі собаки. У сім'ї є дві машини. Однією керує батько, другою – матір з іншою матір'ю.

Сім'я F'' : У сім'ї п'ятеро дітей. Сім'я проживає в місті. У них велика квартира. Мама працює неповний робочий день. Бабуся допомагає з дітьми. Батько працює заступником директора у великій компанії. У сім'ї три машини. Однією керує бабуся, другою – матір, на третій машині батько подорожує.

Таблиця 3.6

Прирівнювання характеристик сімей

Опис тверджень першої сім'ї	Твердження			Опис тверджень іншої сім'ї
	Перша сім'я	Друга сім'я	Ключові слова	
Сім'я живе в сільській місцевості				
	Вони мають свій будинок	У них велика квартира.	Вони мають своє житло	
	У сім'ї четверо дітей	У сім'ї п'ятеро дітей	Сім'я має більше трьох дітей	
	Батько працює	Батько працює ...	Батько працює	
Мати домогосподарка				
Навколо будинку великий сад				
У саду є дві великі собаки				
	У сім'ї є дві машини	У сім'ї три машини	Пара має декілька автомобілів	
	Однією керує батько, другою – матір ...	Однією керує бабуся, ... на третій ... батько	Кожний керує автомобілем	
				Мама працює ...
				Бабуся допомагає з дітьми

Джерело: [57]

Згідно з таблицею 3.6, розрахований рейтинг подібності становить:

$$5: [9 + 8 - 5] = 5: 12 \approx 0,42$$

Такий підхід ми будемо використовувати щодо подібності тверджень для забезпечення підвищення підприємницької діяльності. Для оцінювання тверджень щодо стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі було проведене інтер'ю на підприємстві серед працівників підприємства (менеджери та бухгалтер), що стало базою для оцінювання подібностей відповідей менеджерів

та бухгалтерів на основі обчислення коефіцієнту П. Лоренца, на прикладі ВЗТП (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Подібність відповідей на питання

№	Питання	Спільне	Відмінне	Подібність, %
1	Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?	Проблеми з електропостачанням. Проблема з логістикою. Дефіцит пального. Дефіцит певних груп товарів	Перебої у постачанні товарів. Оплата товару по факту. Блокування податкової системи у сфері податкових накладних та ПДВ. Великі коливання цін. Брак спеціалістів. Втрата одного автомобіля для постачання товарів.	40
2	Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?	Так		100
3	Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?	Зважую всі сторони. Обдумано. Коллективно	Керуємося набутим досвідом. Приймаю рішення на місці.	60
4	Який розвиток Ви бачите для підприємства?	Позитивний ріст в діяльності. Збільшення обсягів діяльності Збільшення кількості продажів.	Стабільний розвиток	75
5	Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?		Покращення логістики товару від постачальників до покупця. Самостійний вибір товару покупцем. Попереднє замовлення та доставка для покупця. Застосування реклами. Більший асортимент товарів. Цінові знижки та акції	0

6	Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?		Авторизація торгових процесів. Мотивація працівників. Підвищити злагодженість роботи колективу. Припинення війни та повернення до звичних режимів роботи. Державна підтримка. Зменшення податкового навантаження. Доступність кредиту	0
7	Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?	Розширити число постачальників	Збільшення контролю за продавцями – застосовувати перевірку «таємним покупцем». Оновити інтер'єри в магазинах. Працювати напряму з постачальниками, без посередників. Якісний підбір кадрів.	20
8	Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?	Позитивно		100
9	Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?	Збільшення комп'ютеризації торгових підприємств	Збільшення реклами. Дотримання кооперативного бренд-духу, як в інтер'єрі, так і в екстер'єрі торгових підприємств. Продовження роботи в частині модернізації (ремонт, заміна торгового обладнання) торгових підприємств.	25
10	Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?	Стабільний Прибутковий Позитивний		100
11	Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?	Запроваджуємо комп'ютеризацію і автоматизацію торгових підприємств. Використання терміналів	Використання нових сучасних кавомашин	50

Джерело: сформовано автором

На основі даних таблиці 3.7, можна помітити високі показники подібності. Зокрема, усі менеджери відповіли однаково на 2-ге, 8-ме та 10-те питання.

Подібні відповіді пояснюються тим, що працівники працюють в одній компанії, сповідує одні і ті ж цінності та мету. Проте, на 5-те та 6-те менеджери відповіли відмінно, це означає що вони мають різні погляди на вирішення цього запитання.

Розглянемо матрицю коефіцієнтів подібності менеджерів ВЗТП (табл.3.8). Результати дослідження свідчать про те, що існують питання, на які всі менеджера мають подібні відповіді. Більше ніж 50% відсотків питань менеджери відповідали ідентично. Такі результати свідчать про розуміння керівниками, а відповідно, і їх підлеглими завдань, які перед ними поставлені.

Таблиця 3.8

Матриця коефіцієнтів подібності менеджерів ВЗТП

Менеджер	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
M1	1	0,73	0,82	0,64	0,73	0,64	0,73	0,55
M2	-	1	0,55	0,55	0,64	0,45	0,64	0,45
M3	-	-	1	0,73	0,73	0,55	0,64	0,55
M4	-	-	-	1	0,64	0,64	0,73	0,64
M5	-	-	-	-	1	0,64	0,64	0,55
M6	-	-	-	-	-	1	0,55	0,45
M7	-	-	-	-	-	-	1	0,55
M8	-	-	-	-	-	-	-	1

Джерело: сформовано автором

У додатках А-К представлені приклади інтерв'ю з менеджерами та бухгалтерами ВЗТП. Розрахунки коефіцієнта подібності Лоренца засвідчили високу подібність тверджень серед управлінців на підприємстві, оскільки є співпраця між працівниками компанії. Застосовуючи методи подібності, важливо враховувати конкретний контекст задачі та враховувати особливості даних, щоб уникнути неправильних висновків. Відповідно до відповідей працівників на підприємстві потрібно запроваджувати більше маркетингових заходів, які будуть стимулювати збільшення продажів. Після проведеного інтерв'ю можна побачити відмінність у відповідях, так окремі працівники стверджували, що потрібно збільшувати кількість постачальників для збільшення обсягів товарообороту, а окремі навпаки, хотіли збільшити контроль за продавцями, застосовувати акції для кращої ефективності магазинів. Отже,

коефіцієнт подібності тверджень Лоренца можна застосовувати для підвищення підприємницької діяльності.

3.4. Напрями та перспективи вдосконалення розвитку підприємства

Сучасний ринок вимагає від торгових підприємств не лише витончених стратегій, але й постійної готовності до змін. Для забезпечення підвищення ефективності підприємницької діяльності та стійкого розвитку торгових підприємств необхідно активно шукати та впроваджувати нові підходи та ініціативи.

Для того, щоб здійснити комплексний аналіз підприємницької діяльності ВЗТП необхідно виділити його слабкі та сильні сторони, можливості та загрози для подальшого функціонування цієї компанії. Для цього доцільно провести SWOT-аналіз підприємства у вигляді матриці, який представлено у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

SWOT-аналіз ВЗТП

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
Чинники внутрішнього середовища	<ol style="list-style-type: none"> Щорічне зростання обсягів виробництва. Широкий асортимент. Постійно високий попит на продукт. Позитивний імідж брэнда. 	<ol style="list-style-type: none"> Висока конкурентність з великими торговими мережами. Плинність кадрів серед продавців.
	<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
Чинники зовнішнього середовища	<ol style="list-style-type: none"> Знаходження нових клієнтів та дистриб'юторів. Розширення торгових мереж по інших населених пунктів. Збільшення реклами на території громад. 	<ol style="list-style-type: none"> Вплив державних структур. Нестабільна економіка. Зменшення попиту.

Джерело: сформовано автором

Проаналізувавши слабкі і сильні сторони ВЗТП доцільно зазначити, що підприємство з кожним роком набирає обертів і вдосконалюється. Сильні сторони майже повністю перекривають певні слабкі сторони діяльності підприємства, що є дуже добре. Незважаючи ж на всі загрози зовнішнього середовища ВЗТП знаходить для себе нові можливості, які призведуть до розширення підприємства, ринків збуту, а також залучення нових потенційних споживачів. Загалом, SWOT-аналіз є важливим інструментом для стратегічного управління, сприяючи ефективному прийняттю рішень та досягненню успіху на ринку.

Отож, помітним є те, що компанія ВЗТП має своїх постійних споживачів та постачальників. Тому, для ВЗТП актуальним залишається врахування всіх сильних і слабких сторін, можливостей і загроз з подальшим нарощенням темпів виробництва (вчасно реагуючи на зміни попиту на ринку), розширенням асортименту продукції та загальним удосконаленням стратегічного управління компанії.

Проводячи опитування серед працівників підприємства, було виявлено розбіжність у відповідях на 5-те та 6-те питання. Розглянемо ці питання та добавимо своє бачення.

5. Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?

- *Покращення логістики товару від постачальників до покупця:* отже, важливо вдосконалити логістичні процеси для забезпечення швидкої та ефективної доставки товарів. Одним із можливих заходів є впровадження технологій відстеження, яке полегшить контроль за переміщенням товарів.

- *Самостійний вибір товару покупцем:* в магазинах можна встановити зручний інтерфейс для покупців, щоб вони могли легко вибирати товари. Персоналізовані рекомендації можуть підвищити задоволеність клієнтів.

- *Попереднє замовлення та доставка для покупця:* на підприємствах можна ввести систему попереднього замовлення та доставки, що може збільшити зручність для покупців.

- *Застосування реклами:* для покращення поінформованості про підприємство є можливість використовувати різноманітних каналів реклами, такі як соціальні мережі, контент-маркетинг, та рекламні кампанії, щоб привертати нових клієнтів і збільшувати увагу до вашого бренду.

- *Більший асортимент товарів:* для розширення асортименту товарів можна залучити нові сегменти ринку, що призведе до задоволення різноманітних потреб клієнтів.

- *Цінові знижки та акції:* можна регулярно проводити цінові знижки та акції для стимулювання попиту.

Важливо також слідкувати за зворотним зв'язком від клієнтів, аналізувати дані про продажі та ефективність рекламних кампаній для постійного вдосконалення стратегій. Комбінування цих ініціатив може сприяти покращенню результатів у бізнесі та збільшенню конкурентоспроможності.

Розглянемо друге запитання та добавимо своє бачиння вирішення цих проблем.

6. Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?

- *Авторизація торгових процесів:* може сприяти ефективності та точності операцій. Використання сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення може полегшити контроль і підвищити безпеку торгових операцій, тому потрібно проводити комп'ютеризацію на всіх магазинах.

- *Мотивація працівників:* для підтримки мотивації можна запровадити різні премії, бонуси, кар'єрний ріст та інші стимули.

- *Підвищити злагодженість роботи колективу:* командна робота та покращення комунікації можуть сприяти збільшенню злагодженості в колективі. Тренінги, командні заходи та регулярні наради можуть поліпшити взаєморозуміння та співпрацю на підприємстві.

- *Припинення війни та повернення до звичних режимів роботи:* розвиток та збереження позитивного бізнес-середовища може позитивно позначитися на результативності підприємства, забезпечувати стабільність у веденні бізнесу.
- *Збільшення державної підтримки:* використання доступних програм та ініціатив державної підтримки може допомогти в забезпеченні фінансової стабільності та розвитку.
- *Зменшення податкового навантаження:* податкові пільги та оптимізація податкових зобов'язань можуть зменшити фінансовий тиск на підприємство.
- *Доступність кредиту:* забезпечення доступності кредитів може бути важливим чинником для фінансування розвитку та згладжування фінансових труднощів.

Важливо ретельно аналізувати вплив кожної ініціативи на конкретний контекст підприємства та враховувати специфіку галузі бізнесу. Комбінування різних підходів може допомогти досягти бажаних результатів.

Здійснюючи оцінку виробничо-господарської діяльності підприємства виявлено відсутність маркетингової служби у організаційній структурі управління підприємством, що є негативним аспектом. Функції щодо дослідження ринку, організації реклами, продажу, обслуговування покупців здійснює комерційний директор підприємства.

Ключовим напрямком вдосконалення розвитку підприємства є розробка стратегій. Найголовнішою, на мою думку, є стратегія маркетингу, адже проводячи дослідження, було встановлено, що підприємство є фінансово стійке та йому не загрожує банкрутство. Тому нам потрібно збільшувати інтерес та обізнаність про нашу мережу.

Стратегія рекламної кампанії ВЗТП полягає у такому порядку, що за один місяць буде сформована інтенсивна реклама в засобах масової інформації, тобто рекламні оголошення будуть розміщені на щитах, в соціальних мережах та в

місцевій газеті. Одночасно починається робота з виготовлення рекламних вивісок, які будуть знаходитися поряд з магазинами.

Потім протягом усього року необхідно постійно підтримувати у свідомості споживачів зацікавленість у наших магазинах, у зв'язку з цим реклама буде з'являтися постійно, але набагато рідше. Розраховано витрати на рекламу для підприємства (таб.3.10).

Таблиця 3.10

Розрахунок витрат на рекламу ВЗТП

№	Вид реклами	Вартість		
		За перший місяць	За квартал	За рік
1.	Розміщення реклами на щитах	500 грн.	1 500 грн.	6 000 грн.
2.	Розміщення реклами в соціальних мережах	200 грн.	600 грн.	2 500 грн.
3.	Створення власного сайту	10 000 грн.	-	-
4.	Створення яскравої вивіски	3 000 грн.	-	-
5.	Розміщення реклами в газеті «Здолбунів»	160 грн.	480 грн.	1 920 грн.
	Всього	13 860 грн.	2 580 грн.	10 420 грн.

Джерело: сформовано автором

Отже, в перший місяць витрати на рекламу будуть становити 13 860 грн., загальні витрати за квартал – 2 580 грн., а за перший рік роботи – 10 420 грн. Магазин має дуже широкий асортимент товару, тому, якщо орієнтуватися саме на кінцевого споживача очевидна доцільність розміщення реклами різними засобами, адже тоді ми орієнтуємося на дуже широкі верстви населення.

Економічна ефективність реклами – це економічний результат, який отримано від застосування конкретного рекламного засобу або організації певної рекламної кампанії [56].

Для розрахунку економічного ефекту використовується формула:

$$E_p = P_p - Z_p, \quad (3.3)$$

де P_p – приріст від реалізації товарів за період рекламної кампанії; Z_p – витрати.

У 2022 році чистий дохід від реалізації продуктів (товарів, робіт, послуг) становив 62 746 тис. грн., у 2023 році очікується, що він зросте на 20%, тобто у 2023 році чистий дохід від реалізації продуктів становитиме 75 295 тис. грн.

Економічний ефект від використання реклами за рік становитиме:

$$E_p = P_p - Z_p = 12\,538\,780 - 10\,420 = 12\,528\,360 \text{ грн}$$

Відтак, такий рекламний захід може бути виправданим, адже додаткові витрати є меншими додаткового прибутку. Здійснимо планування економічного ефекту від використання реклами на другий рік з урахуванням рівня інфляції - 103,8% [60] (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Планування економічного ефекту в результаті використання реклами на 2023-2024 роки

Роки	Приріст чистого дохід від реалізації продуктів за рахунок маркетингових заходів, грн	Індекс інфляції, %	Витрати на рекламу, грн	Економічний ефект від використання реклами, грн
2023	12 538 780	-	10 420	12 538 780
2024	15 059 000	103,8	10 815,96	15 048 184

Джерело: сформовано автором

На основі даних табл. 3.11 спостережено, що планування маркетингових заходів може позитивно вплинути на зростання чистого доходу й підприємство отримає економічний ефект у першому періоді на суму 12 538 780 грн.

Захід з проведення реклами на підприємстві слугує підставою для подальшого аналізу і прийняття рішень щодо ефективності стратегії маркетингу. Позитивний економічний ефект свідчить про успішність прийнятих рішень, але важливо також враховувати інші фактори та ризики, пов'язані з новими ініціативами.

Ще однією стратегією, яку запропонували працівники підприємства під час інтерв'ю, є стратегія логістики для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів. Логістика в торговому бізнесі відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного руху товарів від постачальника до кінцевого

споживача. Ефективна стратегія логістики дозволяє оптимізувати запаси, знижувати витрати та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів. Оптимізація логістичних ланцюгів може призвести до зниження часу доставки та вартості перевезення. Стратегія логістики може бути зосереджена на використанні технологій відстеження товарів та автоматизації логістичних операцій.

Вдосконалення розвитку торгового підприємства вимагає поєднання стратегічного бачення, технологічних інновацій та активного відгуку на поточні ринкові тенденції. Реалізація цифрових технологій, оптимізація логістичних процесів та стратегічна робота з маркетингом та брендом можуть стати вагомими факторами для досягнення успіху. Зосередження на задоволенні потреб споживачів та швидке адаптування до змін у ринковому середовищі визначатимуть конкурентоспроможність та стабільність підприємства в довгостроковій перспективі.

Висновки до розділу 3

Комплексний аналіз фінансового стану підприємства є важливим інструментом для оцінки його фінансової стійкості, продуктивності та ефективності управління. За 2018-2020 роки на підприємстві спостерігається тенденція до збільшення інтегрального показника, це свідчить про те, що підприємство успішно вирішує різноманітні завдання та досягає покращень в різних сферах своєї діяльності. Досліджуючи ймовірність настання банкрутства, автор дійшов висновку, що Здолбунівському ВЗТП за моделлю Альтмана, О. Терещенка та Ліса не загрожує банкрутство, але підприємству все-таки потрібно покращувати стан та розвивати свою діяльність відповідно до умов ринкової економіки.

За результатами оцінювання подібностей відповідей менеджерів та бухгалтера на основі коефіцієнту П. Лоренца, на прикладі ВЗТП, можна зробити висновок, про те, що існують питання, на які всі менеджери мають подібні відповіді. Більше ніж 50% відсотків питань менеджери відповідали ідентично. Такі результати свідчать про розуміння керівниками, а відповідно, і їх підлеглими завдань, які перед ними поставлені.

Проаналізувавши слабкі і сильні сторони ВЗТП доцільно зазначити, що підприємство з кожним роком набирає обертів і вдосконалюється. Сильні сторони майже повністю перекривають певні слабкі сторони діяльності підприємства, що є дуже добре. Незважаючи ж на всі загрози зовнішнього середовища ВЗТП знаходить для себе нові можливості, які призведуть до розширення підприємства, ринків збуту, а також залучення нових потенційних споживачів.

Ключовим напрямком вдосконалення розвитку підприємства є розроблення стратегій. Найголовнішою, на думку автора, є стратегія маркетингу, адже проводячи дослідження, було встановлено, що підприємство є фінансово стійке та йому не загрожує банкрутство. Відтак, нам потрібно збільшувати інтерес та обізнаність про нашу мережу.

Стратегія рекламної кампанії ВЗТП полягає в тому, що за один місяць буде сформована інтенсивна реклама в засобах масової інформації, тобто рекламні оголошення будуть розміщені на щитах, в соціальних мережах та в місцевій газеті. В перший місяць витрати на рекламу будуть становити 13 860 грн., загальні витрати за квартал – 2 580 грн., а за перший рік роботи – 10 420 грн.

Економічний ефект від використання реклами за 2023 рік становитиме 12 528 360 грн., а у 2024 році – 15 048 184 грн. Відтак, такий рекламний захід може бути виправданим, адже додаткові витрати є меншими додаткового прибутку. Позитивний економічний ефект свідчить про успішність прийнятих рішень, але важливо також враховувати інші фактори та ризики, пов'язані з новими ініціативами.

Вдосконалення розвитку торгового підприємства вимагає поєднання стратегічного бачення, технологічних інновацій та активного відгуку на поточні ринкові тенденції. Реалізація цифрових технологій, оптимізація логістичних процесів та стратегічна робота з маркетингом та брендом можуть стати вагомими факторами для досягнення успіху.

ВИСНОВКИ

У першому розділі проведеного дослідження, викладено основні теоретичні аспекти розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Узагальнивши основні підходи до визначення підприємницької діяльності та її ознак, сформулюємо своє бачення поняття «підприємницької діяльності». Підприємницька діяльність – це економічна діяльність базована на сукупності оперативно-організаційних заходів, яка спрямована на отримання прибутку, внаслідок реалізації товарів чи послуг. Наведемо окремі з ключових значень підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі: задоволення потреб споживачів; простір для підприємництва; економічний розвиток; конкуренція та інновації; розвиток регіонів; підтримка виробників; прибутковість та податки.

В економічній літературі існують різні підходи до класифікації чинників впливу на розвиток роздрібної торгівлі. Відповідно до основних теоретичних положень усі зовнішні чинники в найбільш загальному вигляді підрозділяють на дві групи – непрямі (демографічні, економічні, технологічні, політичні та міжнародні) та прямі (постачальники, конкуренти, споживачі, закони і постанови).

Визначено основні етапи розвитку роздрібної торгівлі в Україні: перехідний (1990-2000), перехід до ринкової економіки (2000-2010), розвиток сучасного роздрібного сектору (2010-2020) та сучасні тренди (з 2020 року). Характерними особливостями розвитку роздрібної торгівлі в Україні є: різноманітність форматів, зростання онлайн-торгівлі, конкуренція з іноземними компаніями, фокус на якість та обслуговування, зміни в споживанні, розвиток онлайн-платформ для продажу, сезонність. За даними звіту дослідницької компанії GT Partners Ukraine про ринок FMCG-ритейлу України за 2016-2021 роки, найбільшу кількість магазинів мають ТОВ «АТБ-маркет», Fozzy Group та VolWest Retail.

Загалом, роздрібна торгівля в Україні залишається динамічною та конкурентною галуззю, яка вимагає постійного адаптування до змін у споживчих

уподобаннях, технологічних новаціях та регулюючому середовищі. Успішні підприємства будуть ті, які зможуть пристосовуватися до цих змін та надавати якісні товари та послуги, що відповідають потребам споживачів.

У другому розділі визначено основні підходи до оцінюванню стану підприємницької діяльності в сфері торгівлі. В Україні роздрібна торгівля є однією з найбільш привабливих галузей для ведення бізнесу. Протягом останніх 12 років показник роздрібногo товарообороту підприємств неупинно зростає. Збільшення товарообороту є позитивним явищем, яке може сприяти економічному розвитку та підвищенню прибутковості підприємств роздрібної торгівлі, але важливо також враховувати його вплив на фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємств.

Для визначення сучасного стану розвитку роздрібної торгівлі в Україні проаналізовано основні показники протягом 2017–2022 рр., а саме: кількість суб'єктів господарювання на ринку за розміром підприємства, регіональна структура роздрібногo товарообороту підприємств та товарна структура роздрібногo товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах. У 2022 році в порівнянні з 2021 роком спостерігається зменшення кількості суб'єктів великого підприємництва на 8,33%, середнього підприємництва – на 12,61%, малого підприємництва – на 19,13% та мікропідприємництва – на 18,91%. Загалом по всіх підприємств спостерігається зменшення кількості на 19,01%. За даними дослідження Дніпропетровська область має найбільшу кількість діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлею в спеціалізованих магазинах, а м.Київ має найбільшу кількість діючих суб'єктів господарювання роздрібною торгівлею в неспеціалізованих магазинах.

Регіональна структура роздрібногo товарообороту в Україні може варіюватися в залежності від економічних умов, інфраструктури та інших факторів. Аналіз даних регіональної структури роздрібногo товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні за період 2017-2021 років свідчить, про те, що відбувається збільшення товарообороту підприємств, що пов'язано з підвищеним попитом на товари. Загалом, збільшення товарообороту є

позитивним явищем, яке може сприяти економічному розвитку та підвищенню прибутковості підприємств роздрібної торгівлі, але важливо також враховувати його вплив на фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємств.

Показники роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) в країні постійно збільшується та має позитивну динаміку розвитку, незважаючи на пандемію COVID-19 у 2020-2021 років та великі карантинні обмеження, не відбулося скорочення показників. Проте, у 2022 році через повномасштабну війну в Україні знизився показник роздрібного товарообороту підприємств, що свідчить про загальну економічну нестабільність та може призвести до зменшення прибутку підприємства і його можливості вкладати в розвиток. За досліджувананий період спостерігається позитивна динаміка росту товарообігу ВЗТП, це свідчить про позитивний розвиток підприємства та його успіх на ринку. Підприємство є конкурентоспроможним і може забезпечити споживачам те, що вони шукають.

Здолбунівське виробничо-заготівельно торгове підприємство є підприємством Здолбунівської районної спілка споживчих товариств. Засновником підприємства є Здолбунівська районна спілка споживчих товариств. Основний вид діяльності - роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Здолбунівське ВЗТП має 16 магазинів, які знаходяться в селах колишнього Здолбунівського району. Здолбунівське ВЗТП має лінійну організаційну структуру, використовує інформаційну систему створену приватним підприємством "Українські Корпоративні Системи", програми яких впроваджується на підприємствах і організаціях системи споживчої кооперації України. До інформаційної системи УКС входять такі програми: УКС-Звіт та аналіз, УКС-Бухгалтерія, УКС-Зарплата, УКС-Маркет, УКС-Пайовий капітал, УКС-Реєстр пайовиків

На Здолбунівському ВЗТП спостерігається нестійкий фінансовий стан, це означає що нормальних джерел не вистачає для фінансування поточної діяльності, а тому є потреба у залученні додаткових джерел фінансування. Однак

підприємство вважається ліквідним та платоспроможним. Основним джерелом доходів є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

У третьому розділі оцінено стан підприємницької діяльності в сфері торгівлі на прикладі ЗВЗТП. Для інтегрального аналізу стану було обрано 5 груп показників: це показники стану основних засобів, показники ліквідності, показники фінансової стійкості, показники ділової активності і показники рентабельності. Динаміка інтегрального показника з 2018 до 2020 року має тенденцію до зростання, що може свідчити про поліпшення його фінансового, економічного та управлінського стану. У 2018 році інтегральний показник становив 0,12, що за шкалою Харрінгтона оцінюється як «дуже погано». У 2019 цей показник має значення 0,28, що оцінюється як «погано». У 2020 та 2021 роках показник становив 0,33 та 0,37, відповідно, що оцінюється як «задовільно», а у 2022 році показник мав значення 0,50, що означає «добре». Збільшення інтегрального показника свідчить про те, що підприємство успішно вирішує різноманітні завдання та досягає покращень в різних сферах своєї діяльності.

Одним із пріоритетних напрямів сучасного фінансового аналізу є оцінка ймовірності настання банкрутства. Під банкрутством підприємства розуміють неможливість виконання ним своїх фінансових зобов'язань. Досліджуючи ймовірність банкрутства, можна зробити висновок, що Здолбунівському ВЗТП за моделлю Альтмана, О. Терещенка та Ліса не загрожує банкрутство, але підприємству все-таки потрібно покращувати стан та розвивати свою діяльність відповідно до умов ринкової економіки.

У дослідженні проведено оцінювання тверджень з використанням методу описової подібності щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності ВЗТП. Проведено інтерв'ю з менеджерами та бухгалтерами підприємства, на основі яких здійснено оцінку тверджень на наявність описової подібності. Після оцінки описової подібності, отримано високі результати показника коефіцієнта подібності П. Лоренца. Зокрема, усі менеджери відповіли однаково на 2-ге, 8-ме та 10-те питання. Подібні відповіді пояснюються тим, що працівники працюють

в одній компанії, сповідує одні і ті ж цінності та мету. Проте, на 5-те та 6-те менеджери відповіли відмінно, так деякі працівники стверджували, що потрібно збільшувати кількість постачальників для збільшення обсягів товарообороту, а деякі навпаки, хотіли збільшити контроль за продавцями, застосовувати акції для кращої ефективності магазинів.

Було проведено SWOT-аналіз для здійснення комплексного аналізу підприємницької діяльності ВЗТП. Проаналізувавши слабкі і сильні сторони ВЗТП доцільно зазначити, що підприємство з кожним роком набирає обертів і вдосконалюється. Сильні сторони майже повністю перекривають певні слабкі сторони діяльності підприємства, що є дуже добре. Незважаючи ж на всі загрози зовнішнього середовища ВЗТП знаходить для себе нові можливості, які призведуть до розширення підприємства, ринків збуту, а також залучення нових потенційних споживачів.

Ключовим напрямком вдосконалення розвитку підприємства є розроблення стратегій. Найголовнішою, на думку автора, є стратегія маркетингу, адже проводячи дослідження, було встановлено, що підприємство є фінансово стійке та йому не загрожує банкрутство. Відтак, нам потрібно збільшувати інтерес та обізнаність про нашу мережу.

Стратегія рекламної кампанії ВЗТП полягає у такому порядку, що за один місяць буде сформована інтенсивна реклама в засобах масової інформації, тобто рекламні оголошення будуть розміщені на щитах, в соціальних мережах та в місцевій газеті. В перший місяць витрати на рекламу будуть становити 13 860 грн., загальні витрати за квартал – 2 580 грн., а за перший рік роботи – 10 420 грн.

Економічний ефект від використання реклами за 2023 рік становитиме 12 528 360 грн., а у 2024 році – 15 048 184 грн. Відтак, такий рекламний захід може бути виправданим, адже додаткові витрати є меншими додаткового прибутку. Позитивний економічний ефект свідчить про успішність прийнятих рішень, але важливо також враховувати інші фактори та ризики, пов'язані з новими ініціативами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс] : за станом на 2 червня 2009 р. / Верховна Рада України.
2. Бусыгин А. В. Предпринимательство. Основной курс : учебник для вузов / А. В. Бусыгин. – М. : Инфра-М, 1998. – 608 с.
3. Бобров В. Я. Основы рыночной экономики / В. Я. Бобров. – К. : Либідь, 1995. – 320 с.
4. Дзюбик С. Основы экономической теории / С. Дзюбик, О. Ривак. – К. : Основы, 1994. – 208 с.
5. Мединский В. Г. Инновационное предпринимательство / В. Г. Мединский, Л. Г. Шаршукова. – М. : Инфра-М, 1997. – 237 с.
6. Збарський В.К. Розвиток малого підприємництва як одна із передумов зайнятості сільського населення / В.К. Збарський // Агроінком. – 2006. – № 2. – С. 88-94.
7. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження. Економіка України. 2002. № 9. С. 45–51.
8. Васільєва Л.М. Поняття і сутність підприємництва. Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. 2010. №1. С.175–178.
9. Власова Н.О., Чорна М.В., Беляєва М.В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2013. – 155с.
10. Гончарук І.В. Розвиток підприємницької діяльності у виробництві біопалива: теоретичний аспект / І.В. Гончарук // Економіка АПК. – 2013. – № 6. – С. 126-129.
11. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
12. Власова Н. О. Теоретичні аспекти змісту «комерційної діяльності» підприємств торгівлі / Н. О. Власова, А. В. Красноусов // Економіка розвитку. ХНЕУ. – 2005. – № 2 (34) – С. 66 – 68.

13. Завадський Й.С. Економічний словник / Й.С. Завадський, Т.В. Осовська, О.О. Юшкевич. – К.: Кондор, 2006. – 356 с.
14. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту: навч. посібник. Київ: Кондор, 2011. 664 с.
15. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности: учебник для вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997. – 324 с.
16. Синецкий Б. И. Основы коммерческой деятельности: учебник / Б. И. Синецкий. – М.: Юристъ, 1998. – 659 с.
17. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебн. для студ. средн. спец. учебн. завед. / О. В. Памбухчиянц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркетинг, 2001. – 450 с.
18. Дахно І.І. Міжнародна торгівля: навч. посібник. Київ: МАУП. 2009. 296 с.
19. Гуз Р. З. Коммерческая работа в розничной торговле / Р. З. Гуз. – М.: Экономика, 1965. – 482 с
20. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12 травня 1991 року N 1024-ХІІ.
21. Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 №104 "Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами". Взято з <http://consultant.parus.ua/?doc=0B1DF47604>.
22. Наказ Міністерства економіки України від 23.01.2018 №80 "Про затвердження Змін до Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами". Взято з <http://consultant.parus.ua/?doc=0AZXD02ACB&abz=KBXQ8>.
23. Мінченко М. В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів / Мінченко М. В., Чижов Л. П., Фрояков А. В. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 442 с.
24. Беляєва М. В. Класифікація факторів зовнішнього впливу на діяльність підприємств торгівлі / М. В. Беляєва // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. Вип. 247: В 6 т. – Т. IV. – С. 942-947.

25. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін.]; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. Нац. торг.-екон. Ун-т, 2009. – 334 с.

26. Марцин В. С. Трансформація функцій торгівлі в діяльності ринкових структур / В. С. Марцин // Фінанси України. – 2003. – № 11. – С. 36 – 43.

27. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства: підруч. для вузів / А. А. Мазаракі. / під ред. проф. Н. М. Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

28. Філіпенко О.М. Формування економічної стратегії підприємств роздрібною торгівлі: дис. канд. екон. наук: 08.07.05 / Філіпенко О.М. - Харків, 2000. - 183 с.

29. Ньюмен Е. Роздрібна торгівля: організація та управління: перек. з англ. Є. Ковачова, О. Сергєєва під ред. Ю. Каптуревського/Е. Ньюмен, П. Каллен. СПб.: Пітер. 2005. 416 с.

30. Бугріменко Р. М. Тенденції розвитку інфраструктури роздрібною торгівлі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». 2020. Т. 31. № 2. С. 154–160.

31. Як змінюються звички українських інтернет-покупців. Результати дослідження СБР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://retailers.ua/uk/news/management/11463-kak-menyayutsya-privyichki-ukrainskii-internet-pokupateley-rezultatyi-issledovaniya-cbr>

32. Андросова Т. В. Торговля в ринковій економіці: навч. посіб. / Т. В. Андросова. – Х.: ХДУХТ, 2001. – 120 с.

33. Петровська І. О. Трансформації в соціальній сфері України: питання теорії і стратегії регіонального розвитку комерційних галузей (торгівля, громадське харчування, побутове обслуговування) / І.О. Петровська. – К.: РВПС України, 2002. – 266 с.

34. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н. О. Голошубова. – К.: Книга, 2004. – 560 с.

35. Теорія та практика торгівельного обслуговування: [навч. посіб.] / [Апопій В.В., Міщук І.П., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М.]; за ред. В.В. Апопія. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.

36. Краснокутська Н. С. Характерні ознаки потенціалу торговельних підприємств в Україні / Н. С. Краснокутська // Вісн. ДонНУЕТ. — 2008. — № 3 (39). — С. 192—199.

37. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

38. Мелушова І.Ю. Фінансові результати – базові показники фінансового аналізу підприємств торгівлі // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі: Зб. наук. пр. – Ч. 2 – Харків: ХДУХТ, 2003. – С. 330-337.

39. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретикометодологічні засади та практичний інструментарій: монографія / Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 580 с.

40. Колчкова М. В. Тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі в Україні / М. В. Колчкова: тези допов. міжнар. наук. конф., [Наукові дослідження – теорія та експеримент 2007], (Полтава, 14-16 травня 2007р.). – Полтава: вид-во «ІнтерГрафіка», 2007. – Т.8. – С. 128 – 130.

41. Конаховская В. Оценка эффективности управления предприятием / Конаховская В., Мясникова М., Бурмистров А. // Top-Manager. – 2003. – № 5. – С. 83 – 85.

42. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

43. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

44. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.

45. Дериведмідь О. С. Концепція моделювання системи підвищення ефективності діяльності торгових мереж / О. С. Дериведмідь // Конференція Запорізького Національного університету. – 2012.

46. Соломатін А.Н. Економіка и організація діяльності торгових підприємств / А.Н. Соломатін. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 295 с.

47. Апопій В. В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій, Н. С. Ситник // Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. пр. – Львів: Львівська комерційна академія, 2012. – Вип. 13. – С. 5 – 9

48. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>

49. Аверкина М. Ф., Солтис-Шолудько Н. В. Ринок роздрібної торгівлі України: основні тенденції розвитку. Німеччина, Карлсруе, випуск №25, лютий 2023 р.

50. Оціційний сайт Асоціації ритейлерів України. Режим доступу: <https://rau.ua/aboutus/>

51. Jaccard Index / Similarity Coefficient. URL: <https://www.statisticshowto.com/jaccard-index/>

52. Брень Марія Петрівна. Описова подібність в системі підтримки прийняття управлінських рішень. – 2022.

53. Фінансовий менеджмент: [навчальний посібник] / За ред. проф. Г. Г. Кірейцева. – Київ: ЦУЛ, 2012. – 496 с.

54. Г. О. Закаблук. Дослідження динаміки показників фінансовоекономічного стану промислових підприємств на засадах інтегрального оцінювання: Економічна наука, Інвестиції: практика та досвід № 12/2018.

55. Чібісова І.В. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств / І. В. Чібісова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Сер. : Економічні науки. - № 22, 2012.

56. Хасан Алі Аль-Абабнех. Визначення ефективності сучасної реклами / ISSN 2073-9982, Економічний вісник, 2016, №1.

57. **Error! Reference source not found.**

58. Аверкина М. Ф., Солтис-Шолудько Н. В. Фактори впливу на розвиток роздрібної торгівлі / IV Міжнародна студентська наукова конференція - 17.03.2023, м. Полтава, Україна.

59. Аверкина М. Ф., Солтис-Шолудько Н. В. Підприємницька діяльність у сфері роздрібної торгівлі: теоретико-правовий аспект / Міжнародна наукова конференція «Досягнення студентської науки в Україні» - 12.03.2023, м. Київ, Україна.

60. Індекс інфляції в Україні 2023. Оцінний сайт Мінфін. Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Інтерв'ю з менеджером №1

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

Порушення логістики в постачанні товарів.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Так.

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Виважено і обдуманно.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Збільшення обсягів діяльності.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Покращення логістики товару від постачальника до покупця.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Автоматизація торгових процесів.

Продовження додатку А

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Є можливість розширити число постачальників, для покращення обслуговування покупців оновити інтер'єри в магазинах.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Позитивно.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Необхідність дотримуватись корпоративного бренд-духу, як в інтер'єрі, так і в екстер'єрі торгових підприємств.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Стабільно.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Впроваджуємо автоматизацію і комп'ютеризацію торгових процесів.

Додаток Б

Інтерв'ю з менеджером №2

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

У підприємства забрали вантажний автомобіль, що ускладнило логістику.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Ефективно управління діяльністю, тому що, незважаючи на складнощі на початку війни, а саме дефіцит товарів, спеціалісти все вирішували миттєво.

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Обдуманно, виважено, а головне колективно.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Ріст компанії, збільшення кількості продажів за допомогою підбору товарів з доступною ціною.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Товар на гірках зробити доступним для самостійного вибору клієнтами.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Співпраця з постачальниками на пряму.

Продовження додатку Б

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Збільшити контроль над працівниками, встановлювати обов'язкові перевірки, шляхом перевірки «таємним покупцем».

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Стримано, позитивно, так як будь які зміни це спроба чогось нового.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Комп'ютеризувати усі торгові точки.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Підприємство працює стабільно і прибутково, незважаючи на те, що на вулиці війна.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Використовую інформаційні платформи для роботи на підприємстві.

Додаток В

Інтерв'ю з менеджером №3

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

У зв'язку з мобілізацією досвідченого спеціаліста виникла проблема в кадрах.

У зв'язку з тим, що один автомобіль був вилучений на потреби ЗСУ виникла проблема з доставкою товарів в магазини.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Так

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Стараюся не приймати рішення «під гарячу руку». Спочатку стараюсь заспокоїтись, добре все обміркувати і тільки тоді приймати рішення.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Підприємство працює стабільно, збільшує обсяги діяльності і має перспективи розвитку.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Більше застосовувати рекламу, проводити різні акції.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Наше підприємство і так хороше. А покращити його може злагоджена, згуртована праця всього колективу.

Продовження додатку В

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Збільшення кількості постачальників товарів.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Робочі процеси на підприємстві налагоджені, тому нічого міняти не потрібно.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Немаю ніяких ідей.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Підприємство стабільно працює і розвивається.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Проводиться автоматизація торгових процесів(зокрема комп'ютеризація), встановлюється нове технологічне обладнання (касові апарати та інше), використовуються термінали, встановлюються ай-бокси.

Додаток Д

Інтерв'ю з менеджером №4

1. Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?

Проблеми, які виникли: перебої електроенергії (відключення), дефіцит пального, дефіцит певних груп товару, оплата товару по факту, блокування податкової системи у сфері податкових накладних та ПДВ.

2. Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?

Ефективно.

3. Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?

Запущено всі сторони, прислухаємося до думки колег.

4. Який розвиток Ви бачите для підприємства?

Стабільність. Розвиватися ширше у сфері новітніх технологій.

5. Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?

Завіз сезонного товару вчасно, вивчення попиту по кожному селі та завіз певних товарів під покупців. Приймати замовлення товарів, яких немає в нашому асортименті.

6. Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?

Злагоджена робота колективу.

Продовження додатку Д

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Пошук нових постачальників, завіз новинок.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Позитивно, аби ці зміни принесли користі підприємству.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

На даному етапі хочеться миру. А там з часом будемо розвиватися, думаю, що розширимо комп'ютеризацію магазинів.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Добре. Зараз головне стабільність, а ще у нас зростання товарообороту та приріст показників діяльності

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Комп'ютеризація, платіжні термінали, термінали при розрахунку товарів карткою.

Додаток Е

Інтерв'ю з економістом №5

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

Проблема в кадрах, адже бухгалтер пішов на війну. Також перебої в електроенергії, нестача товарів.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Звичайно ефективно.

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Не вирішених ситуацій немає. Все вирішуємо на місці згідно ситуації, що склалася.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Розвиток є, і буде завжди. На нашому підприємстві є ріст до минулого року.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Проводити акції та продажі на товари, працювати за попередніми замовленнями.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Мотивація працівників, адже це самий цінний потенціал у підприємства.

Продовження додатку Е

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Розширення асортименту товарів.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Добре, адже зміни тільки покращують діяльність підприємства.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Самим хорошим нововведенням є реклама.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Підприємство працює прибутково, що стимулює в подальшому до кращої праці.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Комп'ютеризація, торгівля через інтернет, сучасний вигляд торгових підприємств, сучасне торгове обладнання.

Додаток Ж

Інтерв'ю з бухгалтером №6

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

Перебої з електропостачанням.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Так, ефективно.

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Керуюся набутим досвідом.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Наше підприємство і надалі працюватиме прибутково і нарощуватиме об'єми.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Робота з асортиментом товару, акційні пропозиції.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

На даний момент немає ніяких ідей.

Продовження додатку Ж

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Залучення торгових партнерів для оновлення певних товарів.

Для покращення обслуговування клієнтів – якісний підбір кадрів.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Позитивно.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Продовжити роботу в частині модернізації (ремонтів, заміни торгового обладнання) торгових підприємств.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Стабільний, прибутковий.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Автоматизація торгового процесу.

Додаток Й

Інтерв'ю з бухгалтером №7

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

Перебої з електроенергією, були перебої з пальним, піднімалися ціни на пальне

На початку були перебої з поставками товарів та великими коливаннями цін.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Так.

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

Колективно.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Позитивний ріст.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Швидко реагувати на новинки в товарах, запроваджувати акції.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Державна підтримка, зменшення податкового навантаження, доступність кредиту.

Продовження додатку Й

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Працювати напяму з постачальниками без посередників.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Позитивно.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

Збільшення комп'ютеризації наших магазинів.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Розвиваємося і ростемо.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Запроваджуємо комп'ютеризацію.

Додаток К

Інтерв'ю з бухгалтером №8

1. *Які проблеми виникли на підприємстві під час повномасштабної війни?*

Крім загальних проблем (електропостачання, паливе, перебої з деякими товарами) ніяких.

2. *Чи ефективно управління діяльністю на підприємстві?*

Так

3. *Як Ви приймаєте рішення в складних ситуаціях?*

По різному, це залежить від самої ситуації від її складності. Головне не ускладнювати те, що не є складним.

4. *Який розвиток Ви бачите для підприємства?*

Під час війни добре і стабільність, а розвиток помірний завжди є.

5. *Які ініціативи Ви б внесли для стимулювання розвитку бізнесу та покращення продажів?*

Більшу увагу приділяти новинкам товару в кожному магазині індивідуально.

6. *Як Ви вважаєте, що може покращити наше підприємство?*

Наше підприємство і так належить до кращих. А покращити може мир в Україні – це важливий фактор в роботі і наполеглива праця кожного працівника.

Продовження додатку К

7. *Які можливості ви бачите для розширення нашого асортименту або покращення обслуговування клієнтів?*

Важко відповісти, над розширенням нашого асортименту працюють ті фірми, яким потрібно продавати свій товар. А взагалі можливості великі, тільки потрібно над цим більше працювати.

8. *Як Ви ставитеся до змін в робочих процесах або стратегіях компанії?*

Позитивно.

9. *Які ідеї Ви маєте для нововведень чи покращень в нашому торговому підприємстві?*

На даний момент ніяких ідей.

10. *Як Ви оцінюєте поточний стан нашого підприємства з точки зору розвитку?*

Добре.

11. *Як Ви використовуєте нові технології для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності?*

Комп'ютеризація магазинів покращує роботу на підприємстві.