

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра цифрової економіки та системного аналізу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Інформаційна модель управління
конкурентоспроможністю
промислового підприємства»**

Студентки 2 курсу, 1м групи,

спеціальності
051 «Економіка»

спеціалізації
«Цифрова економіка»

Науковий керівник
доктор фізико-математичних
наук, професор

Гарант освітньої програми
доктор фізико-математичних
наук, професор


_____ *підпис студентки*

Маслової Наталії
Вадимівни

_____ *підпис керівника*

Гамалій Володимир
Федорович

_____ *підпис гаранта*

Гамалій
Володимир Федорович

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет інформаційних технологій
Кафедра цифрової економіки та системного аналізу
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 051 «Економіка»
Спеціалізація «Цифрова економіка»

Затверджую

Зав. кафедри _____ Роскладка А.А.
«15» січня 2020 р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентці**

Масловіч Наталії Вадимівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

«Інформаційна модель управління конкурентоспроможністю промислового підприємства»

Затверджена наказом КНТЕУ від «2» грудня 2019 р. № 4145

2. Строк здачі студентом закінченої роботи «05» листопада 2020 року

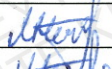
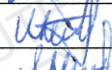

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи: дослідження та побудова інформаційної моделі управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Об'єкт дослідження управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Предметом дослідження є технології і моделі процесу управління конкурентоспроможністю промислового підприємства

4. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання прийнято
1	Гамалій В. Ф.	15.01.2020 р.	 15.01.2020 р.
2	Гамалій В. Ф.	15.01.2020 р.	 15.01.2020 р.
3	Гамалій В. Ф.	15.01.2020 р.	 15.01.2020 р.

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.

1.1. Конкурентоспроможність промислового підприємства та фактори впливу.

1.2. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.

2.1. Аналіз стану конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України.

2.2. Етапи проведення оцінки та засоби підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «ОЛМІС».

3.1. Аналіз економічної діяльності підприємства ТОВ «ОЛМІС»

3.2. Розробка інформаційної моделі управління конкурентоспроможністю ТОВ «ОЛМІС»

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	фактично
1	2	3	4
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.12.2019	01.12.2019
2	<i>Розробка та затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	15.01.2020	15.01.2020
3	<i>Вступ</i>	01.06.2020	
4	<i>Розділ 1. Управління конкурентоспроможністю підприємства</i>	25.06.2020	
5	<i>Розділ 2. Методологічні аспекти управління промислових підприємств</i>	02.09.2020	
6	<i>Підготовка статті у збірник наукових статей магістрів</i>	07.09.2020	
7	<i>Розділ 3. Інформаційна модель процесу управління конкурентоспроможністю ТОВ «Олміс»</i>	19.10.2020	
8	<i>Висновки</i>	02.11.2020	
9	<i>Здача випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі науковому керівнику</i>	05.11.2020	
10	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи</i>	20.11.2020	
11	<i>Виправлення зауважень, зовнішнє рецензування випускної кваліфікаційної роботи</i>	23.11.2020	
12	<i>Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі</i>	25.11.2020	
13	<i>Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи</i>	За розкладом роботи ЕК	

7. Дата видачі завдання «15» січня 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Гамалій В. Ф.
(підпис, прізвище, ініціали)

9. Гарант освітньої програми

Гамалій В. Ф.
(підпис, прізвище, ініціали)

10. Завдання прийняла до виконання студентка

 Маслова Н. В.
(підпис, прізвище, ініціали)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

05.11.2020 р.

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студентки Маслової Н. В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми Гамалій В.Ф.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри Роскладка А.А.

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 2020

Анотація

У роботі розглядаються чинники конкурентоспроможності промислового підприємства. Сформовані сучасні методи управління конкурентоспроможністю підприємства в даній галузі. Проаналізовано конкурентоспроможність машинобудівної галузі на сучасному етапі як провідної галузі промисловості. Запропонована модель управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, чинники конкурентоспроможності, методи управління конкурентоспроможністю, машинобудівне підприємство.

The article deals with factors of competitiveness of an industrial enterprise. The modern methods of management of competitiveness in the given industry are formed. The competitiveness of the machine-building industry as a leading industry at the present stage is analyzed. The model of management of competitiveness of industrial enterprise is proposed.

Keywords: competitiveness, the factors of competitiveness, methods of management of competitiveness, machine-building enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1 Конкурентоспроможність промислового підприємства та фактори впливу	6
1.2 Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства ..	9
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	16
2.1 Аналіз стану конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України.....	16
2.2. Етапи проведення оцінки та засоби підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства	20
Висновки до розділу 2.....	28
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «ОЛМИС».....	29
3.1 Аналіз економічної діяльності підприємства «Олмис».....	29
3.2 Розробка інформаційної моделі управління конкурентоспроможністю ТОВ «ОЛМИС»	35
Висновки до розділу 3.....	42
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Машинобудування є провідною галуззю промисловості, оскільки здійснює значний вплив на розвиток інших галузей, зокрема через забезпечення ефективним та якісним обладнанням. Розвиток машинобудівного комплексу впливає на впровадження досягнень науково-технічного прогресу, що підвищує продуктивність праці і підвищує ефективність виробництва в усіх галузях господарства. Отже, конкурентоспроможність машинобудівної галузі на пряму впливає на конкурентоспроможність виробництва в країні в цілому.

Питанням дослідження поняття конкурентоспроможності займалися Г.М. Скудар, В. Стівенсон, В.Є. Хруцький, І.В. Корнеєва, С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В тощо. Науковцями було запропоновано визначення поняття конкурентоспроможності, розглянуті чинники, які впливають на конкурентоспроможність, та підходи до управління конкурентоспроможністю. Зокрема, Пастухова Т.Ю у своїх дослідженнях, спираючись на ефективність від синтезу декількох підходів до управління конкурентоспроможністю, запропонувала нових – системно-процесний підхід.

Зважаючи на те, що конкурентоспроможність промислової галузі обумовлює конкурентоспроможність інших галузей виробництва країни, дана тема є актуальною.

Виходячи із вищезазначеного, було обрано тему дипломної роботи «Інформаційна модель управління конкурентоспроможністю промислового підприємства».

Об'єктом дослідження є управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Предметом дослідження є технології і моделі процесу управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Метою статті є дослідження та побудова інформаційної моделі управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

Відповідно до мети визначені завдання наукового дослідження:

- Розглянути сутність конкурентоспроможності та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств;
- Дослідити теоретичні аспекти вибору стратегії підвищення конкурентоспроможності та з'ясувати основні недоліки та переваги стратегій;
- Провести аналіз стану галузі машинобудування в Україні;
- Провести аналіз конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Олміс».

РОЗДІЛ 1. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Конкурентоспроможність промислового підприємства та фактори впливу

Конкурентоспроможність належить до найбільш уживаних категорій оцінювання ступеня розвитку економічної системи, розглядається на різних рівнях та є одним із постійно діючих факторів її функціонування [1]. При цьому дослідження поглядів економістів на поняття «конкурентоспроможність» дозволило встановити, що вчені по-різному трактують сутність цієї категорії.

Вперше це поняття було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером, який оприлюднив теорію конкурентної переваги, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі. На думку вченого, конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [2].

Г.М. Скудар продовжив думку М. Портера, стверджуючи, що конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Він обґрунтовує те, що конкурентоспроможність обумовлена економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [3].

В. Стівенсон, В.Є. Хруцький, І.В. Корнеєва у своїх визначеннях фокусуються на ступені задоволення потреб покупців як показнику рівня конкурентоспроможності.

С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко стверджують, що конкурентоспроможність – це потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі [4].

Конкурентоспроможність країни залежить від конкурентоспроможності регіонів, на які впливає стан підприємств визначених галузей даного регіону [5] й, у свою чергу, конкурентоспроможність галузі даного регіону – це агрегована конкурентоспроможність її підприємств, таким чином, відправною точкою дослідження вважатимемо визначення конкурентоспроможності саме на рівні підприємства.

Провівши аналіз, можна охарактеризувати конкурентоспроможність промислового підприємства як сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг. Як правило, ці переваги полягають у здатності підприємства випускати конкурентоздатну продукцію на конкретному ринку.

Конкурентоспроможність продукції є необхідною умовою для досягнення конкурентоспроможності підприємства, але оцінка конкурентоздатності підприємства через оцінку конкурентоздатності його продукції є помилковою [6]. Неправильно робити акцент лише на одній характеристиці, оскільки конкурентоспроможність підприємства визначається не одним параметром, а являє собою результат взаємодії багатьох факторів. Розглянемо їх детальніше.

Сучасні умови розвитку промисловості й економіки в цілому вимагають обов'язкового поділу факторів на фактори внутрішнього і зовнішнього середовища при аналізі й оцінці конкурентоспроможності підприємства.

Під внутрішніми факторами розуміють параметри, які описують продукцію, що випускається, і діяльність різних підрозділів підприємства-виробника. Саме ця група чинників є найбільш значимою для забезпечення стійких конкурентних позицій підприємства, оскільки ці чинники є об'єктом активного впливу з боку самого підприємства [7].

Існують різні підходи до виокремлення внутрішніх чинників конкурентоспроможності. Розглядаючи промислове підприємство, можна виділити наступні:

- управлінські – наявність ефективного менеджменту підприємства;

- кадрові – наявність на підприємстві достатньої кількості персоналу належної кваліфікації та можливість залучення найму необхідних працівників;
- фінансові – доступ до фінансових ресурсів та уміння ними управляти;
- система технологічного оснащення. Оновлення устаткування та технологій, заміна їх на сучасні забезпечує підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва;
- сировина, матеріали, напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів впливають на конкурентоспроможність промислового підприємства. Зменшення виходу готової продукції із сировини приводить до збільшення витрат виробництва, і відповідно до зменшення прибутку;
- збут продукції. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно здійснювати ефективний збут продукції, завойовувати нові ринки, стимулювати здійснення продажу, вживати маркетингові заходи [8].

Зовнішні фактори відносяться до опису взаємодії підприємства із зовнішнім маркетинговим середовищем, тобто зі споживачами, постачальниками, конкурентами, державними, фінансовими інститутами й суспільством в цілому.

Залежно від особливостей виду діяльності підприємств та характеру продукції можна виділити специфічні групи чинників зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність. Для промислових підприємств до таких чинників зараховуємо:

- споживачів (наявність споживачів, їх лояльність до підприємства і його продукції);
- поведінку конкурентів (форми конкурентної боротьби, які обирають конкуренти);
- наявність чи відсутність практик нечесної конкурентної боротьби;

- ставлення до підприємства і продукції громадськості (наявність чинників забруднення підприємством навколишнього середовища, шкідливість впливу продукції чи її відходів на споживачів, співпраця підприємства із місцевими громадами та їх підтримка у вигляді корпоративної соціальної відповідальності) [9];
- політична ситуація в державі;
- законодавча база.

Як бачимо, на конкурентоспроможність промислового підприємства впливає значна кількість чинників. Однак рівень конкурентоспроможності переважно залежить від ефективності і раціональності управління, наявності технології, ринкових можливостей тощо. Здебільшого власники і керівництво підприємства спроможні власними діями впливати на рівень конкурентоспроможності.

1.2 Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення економічної безпеки підприємства як суб'єкта економічної конкуренції [10].

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень теорії управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначене коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власник підприємства, вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники підрозділів підприємства), лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, державні та відомчі управлінські структури та органи [11].

Загальний процес управління конкурентоспроможністю можна представити у вигляді таких етапів [12]:

1. Дослідження конкурентоспроможності підприємства.
2. Визначення конкурентних переваг та встановлення ключових факторів успіху у конкурентній боротьбі.
3. Розробка конкурентної стратегії та вироблення тактики.
4. Впровадження положень стратегії в процесі здійснення підприємством господарської діяльності.
5. Визначення результатів реалізації конкурентної стратегії та її удосконалення в ході виявлення невідповідностей.

На сьогоднішній день існують різні погляди дослідників на формування та впровадження підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства. Найчастіше виділяють три основні підходи, а саме: процесний, ситуаційний та системний.

З позиції процесного підходу управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – цілепокладання, планування, організації, мотивації та контролю діяльності по формуванню конкурентних переваг та забезпеченню життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності.

Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства орієнтований, в першу чергу, не на організаційну структуру підприємства, а на бізнес-процеси.

Згідно з цим підходом процес управління конкурентоспроможністю складається з ряду дій: моніторинг конкурентного середовища підприємства, оцінка конкурентної ситуації на ринку та в галузі; діагностика конкурентоспроможності підприємства та його основних конкурентів; визначення конкурентної позиції підприємства на ринку відносно основних конкурентів; розробка та реалізації стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства [13].

Перевагою процесного підходу до управління підприємством є можливість за його допомогою здійснювати постійний контроль над зв'язками окремих процесів та їх взаємодією в межах системи процесів, що дозволяє виявити можливості збоїв на тому чи іншому етапі виконання робіт, вчасно знайти та виправити помилки.

Недолік процесного підходу полягає у тому, що він розглядає управління конкурентоспроможністю підприємства тільки з точки зору процесів, що відбуваються всередині самого підприємстві, тобто у його внутрішньому середовищі, не враховуючи умови зовнішнього середовища.

Сутність ситуаційного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства зводиться до того, що у даний конкретний момент часу менеджер приймає рішення, виходячи із поточної ситуації.

Перевагами застосування ситуаційного підходу є можливості знаходження оптимальних рішень у конкретних ситуаціях, що наділяє систему управління мобільністю та швидкістю реакції на зовнішні зміни. Цей підхід є універсальний, його можна використовувати, виходячи із того стану справ, який склався на ринку в даний період часу.

Недоліками цього підходу можуть бути відсутність стратегічного планування та нестабільність у діяльності [14].

Системний підхід дає змогу визначити конкурентоспроможність підприємства з точки зору єдиного цілого. Така система складається з взаємозалежних елементів, які знаходяться як у внутрішньому так і у зовнішньому середовищі підприємства і кореспондуються між собою системою прямих та зворотних причинно-наслідкових зв'язків. І виходячи з того, що підприємство є відкритою соціально-економічною системою, функціонування якої відбувається у певному зовнішньому середовищі, використання системного підходу є більш доцільним за попередні.

Значимість системного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в тому, він дозволяє всебічно оцінити конкурентоспроможність підприємства, його систему управління як у цілому, так і на рівні конкретних конкурентних переваг, проаналізувати будь-яку ситуацію в межах окремо взятої системи, виявити характер проблем:

- виходу (забезпечення матеріальними, фінансовими, трудовими, інформаційними та іншими видами ресурсів);
- процесу (перетворення ресурсів у результат);
- входу (продукція, послуги, інформація).

Відповідно до поставлених завдань, які формуються на вході системи управління конкурентоспроможністю, підприємству необхідно забезпечити проведення маркетингових досліджень, моніторинг основних конкурентів, розробити можливі сценарії розвитку, відібрати найбільш вигідні варіанти та забезпечити умови для реалізації розробленої маркетингової стратегія. Адже за будь-яких умов процесу перетворення «входу» на «вихід» системи управління конкурентоспроможністю підприємства параметри «виходу» будуть неконкурентними, якщо не забезпечити конкурентоспроможність «входу» системи [15].

Подальший розвиток поглядів щодо формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства дав змогу дослідникам дійти до висновку, що незважаючи на наявні переваги і недоліки процесного, ситуаційного та системного підходів, є недоцільним обрання тільки одного

якогось підходу, бо це може негативно вплинути на процес управління підприємством і його подальший розвиток. Тому було запропоновано комплексне поєднання декількох підходів і використання комбінованого підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Пастухова Т.Ю у своїх дослідженнях запропонувала системно-процесний підхід управління конкурентоспроможністю підприємства. На її думку системно-процесний підхід являє собою сукупність блоків, що створюють спеціальні комплексні дії з формування конкурентних можливостей підприємства [16]. Такі дії поєднані у вісім великих блоків:

1. Вибір конкурентної стратегії підприємства.
2. Досягнення синергетичного ефекту в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.
3. Реформування системи управління і трудової мотивації персоналу.
4. Комплексний підхід для підвищення якості і конкурентоспроможності продукції.
5. Диверсифікації та планування виробництва на основі системного підходу.
6. Реорганізація системи внутрішньофірмового обліку й аналізу на підприємстві.
7. Удосконалення внутрішньофірмового фінансового менеджменту на підприємстві.
8. Інформаційне забезпечення системи внутрішньофірмового управління.

Другий різновид комбінованого підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства є системно-ситуаційний підхід.

Системний підхід дасть змогу розглядати конкурентоспроможність підприємства як системний процес, що торкається всіх підсистем підрозділів підприємства та враховує вплив з боку динамічного зовнішнього середовища. Ситуаційний підхід забезпечить визначення рівня конкурентоспроможності у відповідності до ситуації, що склалася на підприємстві і ринку в конкретний проміжок часу.

Таким чином, результатом інтеграції різних підходів до процесу управління конкурентоспроможністю підприємства є формування системно-ситуаційного підходу, який сприятиме:

- випуску продукції високої якості з мінімальними витратами, що відповідає вимогам міжнародних стандартів;
- реалізації продукції, яка відповідає потребам споживачів і має конкурентні переваги у порівнянні з конкурентами;
- отриманню підприємством нових або розвитку наявних, але з якихось причин не використаних конкурентних переваг;
- виявлення невикористаних резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- підвищення ефективності взаємодії між підрозділами підприємства;
- формуванню синергічного ефекту для всього підприємства, як системи внутрішніх і зовнішніх причинно-наслідкових зв'язків між процесами управління конкурентоспроможністю;
- вихід на нові ринки збуту та збільшення частки ринку підприємства;
- досягненні високих кінцевих результатів діяльності підприємства, підвищення рівня його конкурентоспроможності та ефективності функціонування;
- подальший сталий розвиток підприємства в ринковому середовищі [17].

Висновки до розділу 1

Отже, дослідивши еволюцію поглядів вчених на сутність категорії «конкурентоспроможність», можна охарактеризувати її як сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг.

На рівень конкурентоспроможності промислового підприємства впливають внутрішні та зовнішні фактори. До внутрішніх відносять управлінські, кадрові,

фінансові, виробничі, маркетингові та технологічні фактори. До зовнішніх – поведінку споживачів та конкурентів, ставлення споживачів до продукції підприємства, наявність чи відсутність практик нечесної конкурентної боротьби.

Існує декілька підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства – процесний, ситуаційний та системний.

Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства орієнтований на бізнес-процеси. Сутність ситуаційного підходу зводиться до того, що у даний конкретний момент часу менеджер приймає рішення, виходячи із поточної ситуації. Системний підхід дасть змогу розглядати конкурентоспроможність підприємства як системний процес, що торкається всіх підсистем підрозділів підприємства та враховує вплив з боку динамічного зовнішнього середовища.

Також сучасні вчені розглядають комбінації підходів: системно-процесний та системно ситуаційний підходи.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1 Аналіз стану конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України

Машинобудування є складною і комплексною галуззю. Це проявляється в його значному впливі на розвиток інших галузей, зокрема через забезпечення ефективним та якісним обладнанням. Машинобудівний комплекс забезпечує технічну озброєність, механізацію, автоматизацію виробництва, а тому і в значній мірі впливає на промисловий потенціал країни, її конкурентоспроможність на зовнішніх ринках. Саме тому конкурентоспроможна машинобудівна галузь є запорукою ефективної економіки будь-якої держави [18].

Галузева структура машинобудування дуже різноманітна і включає в себе:

- Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (електронних компонентів і плат, обладнання зв'язку, електронної апаратури побутового призначення, інструментів і обладнань для вимірювання тощо);
- Виробництво електричного устаткування (електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільної та контрольної апаратури, батарей і акумуляторів, проводів, кабелів та електромонтажних виробів тощо);
- Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань (загального призначення, для сільського та лісового господарства, металообробних машин і верстатів, для металургії, будівництва, виготовлення харчових продуктів тощо);
- Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів;
- Виробництво інших транспортних засобів (суден і човнів, залізничних локомотивів і рухомого складу, повітряних і космічних літальних апаратів, військових транспортних засобів тощо).

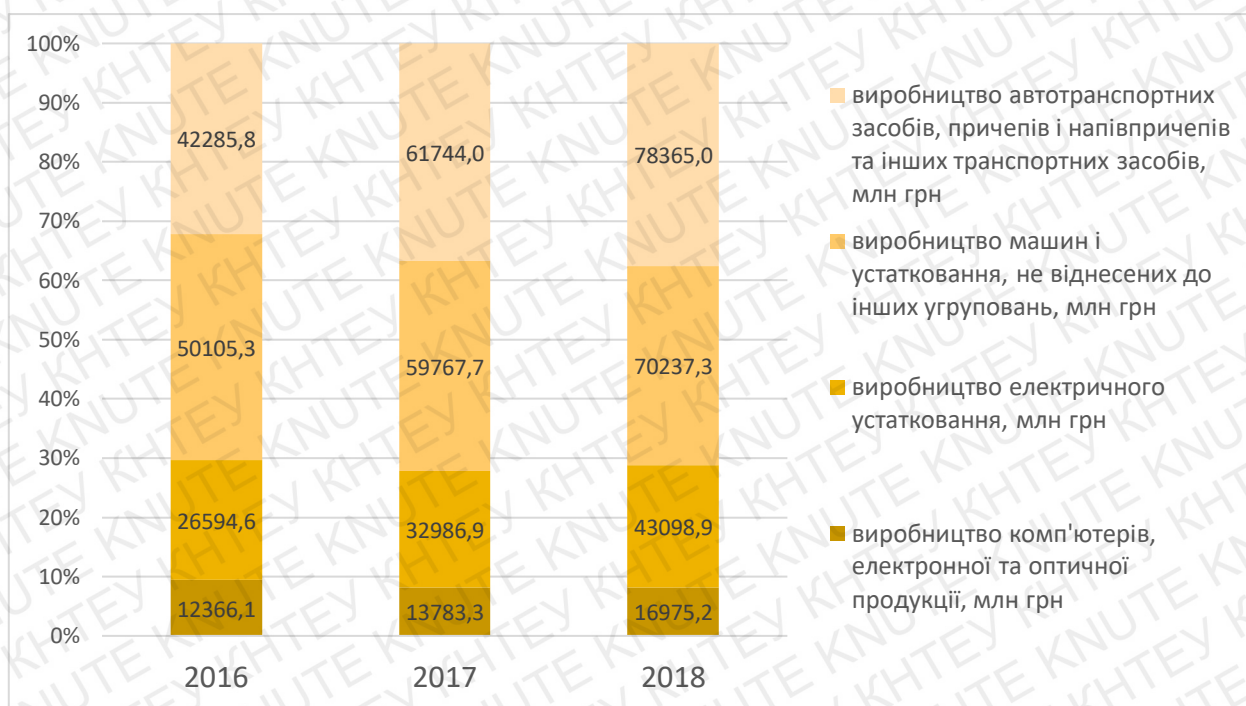


Рис. 2.1 Структура машинобудівної галузі України у 2016-2018 рр. [19]

Можна зробити висновок, що така розгалуженість напрямків машинобудування здійснює великий вплив на інші галузі промисловості.

Приблизно 90 % продукції машинобудування у світі виробляється в індустріально розвинених країнах. Глобальна система машинобудування сьогодні на 75 % зосереджена в обмеженій групі країн, які забезпечують випуск практично всієї номенклатури галузі. Це такі країни як Китай, Японія, США, Німеччина, Великобританія, Італія, Іспанія, Бразилія. Частка продукції машинобудування в цих країнах в загальному обсязі промислової продукції становить близько 40-50%. В країнах, що розвиваються, частка продукції машинобудування в загальному обсязі обробної промисловості не перевищує 20%, в Україні вона складає всього близько 10% [20].

Станом на 2018 рік промислова галузь представлена 44425 підприємствами. З них 4703 – підприємства машинобудівної галузі, що складає 10,6% від загальної кількості промислових підприємств [21].

Розташування машинобудівних підприємств в Україні є висококонцентрованим – майже 60% доходу машинобудування України генерується 6 основними регіонами: Запорізькій області (16,9%), м. Києві

(12,3%), Харківській області (11,3%), Полтавській області (6,3%), Донецькій області (6,1%) та Дніпропетровській області (6,0%) [22].

Підприємства машинобудівної галузі мають схожі тенденції розвитку з промисловістю країни в цілому. Підтвердження цьому бачимо на графіку.

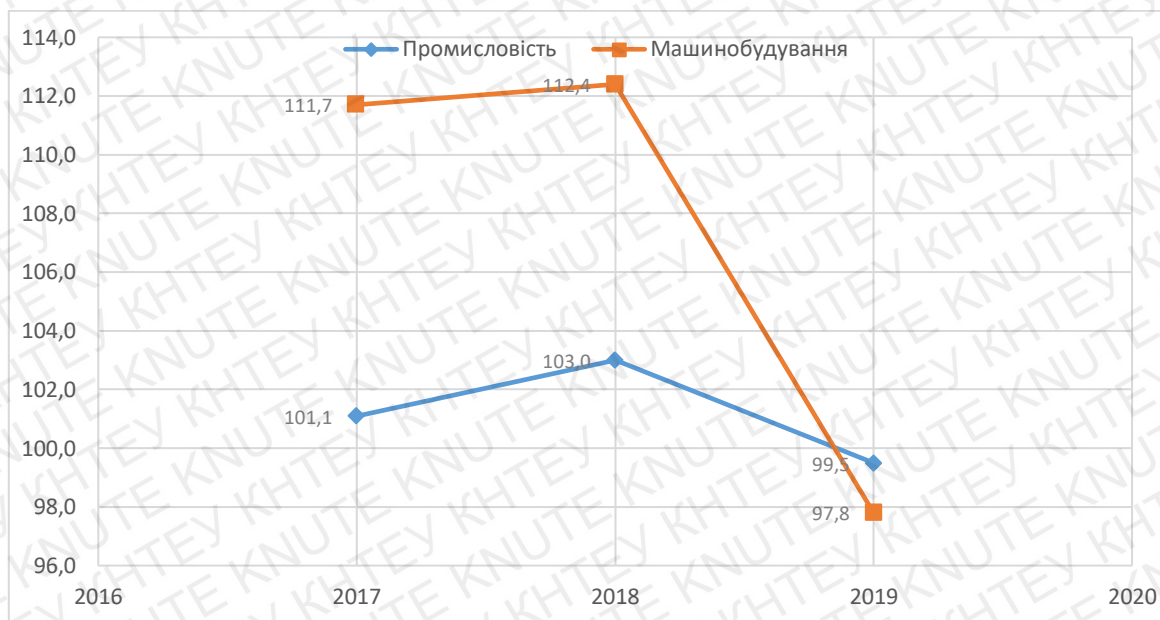


Рис. 2.2 Індекси промислової продукції за 2017-2019 роки [23]

У період протягом 2017-2018 років відбувається зростання промислового виробництва (на 1,1%) з одночасним зростанням машинобудування, а протягом 2018-2019 року навпаки – стрімкий спад. За 2019 рік обсяги промислового виробництва загалом скоротилися на 1,8%. А такий великий спад галузі машинобудування пояснюється тим, що чи ненайбільше скорочення прийшлося на виробництво електричного устаткування – майже на 20%. Варто зазначити, що у 2019 році виробництво автомобілів у світі знизилося на 14,2%. Це так само вплинуло і на українське машинобудування. Виробництво транспортних засобів в Україні у 2019 році скоротилося на 9,7%.

На падіння промисловості вплинула сукупність чинників – політика НБУ щодо облікової ставки та курсу гривні та падіння цін на світових ринках на металургійну продукцію. На галузь також вплинуло технологічне переоснащення. За даними уряду, у 2019 році промислові підприємства масово проводили модернізацію.

Ще одна проблема, через яку постраждала зокрема галузь металургії – складнощі із залізничною інфраструктурою. Перевезення вантажів у 2019 році, за даними Держстату, збільшилися на 8% порівняно з 2018 роком. Однак поки перевезення автомобільним і річковим транспортом зростали, показник залізниці скоротився на 1,9% [24].

Крім того з 2014 року дає про себе знати закриття ринку Російської Федерації для української машинобудівної продукції, тоді як просування на інші зовнішні ринки йде важко через високу конкуренцію і несприятливу світову кон'юнктуру.

Такі результати змусили Кабмін України зробити висновок про системний характер падіння промисловості, що надало підстави для створення спеціального штабу протидії цього явища. Але незважаючи на це, на початку 2020 року продовжується тенденція до спаду промисловості. За січень-березень 2020 року обсяги промислового виробництва в Україні скоротилися на 5,1% у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. При цьому знов зафіксовано стрімке падіння виробництва автотранспортних засобів – на 27,7%.

Важливо виділити, що в сучасних умовах причиною падіння машинобудівної галузі та промисловості України в цілому є сповільнення економічного зростання через боротьбу з наслідками коронавірусу, пандемія якого у 2020 році послабило світову економіку.

Розглянемо проблеми, які є специфічними для машинобудування саме в Україні і впливають на конкурентоспроможність галузі [24]:

1. Використання фізичних та морально застарілих основних виробничих фондів, що не дозволяє підприємствам виробляти конкурентоспроможну продукцію.
2. Низький рівень інновацій на підприємствах. У 2019 році частка промислових підприємств, що впроваджували інновації склала усього 13,8%. При цьому 87,7% коштів, спрямованих на інновації, було виділено з власних коштів підприємств, 3,9% - з державного бюджету і всього

0,3% - з коштів інвесторів-нерезидентів [25]. Це дозволяє зробити висновок про три наступні проблеми функціонування машинобудівної галузі.

3. Низька інвестиційна привабливість галузі. Зовнішні інвестори не хочуть вкладати гроші в українське машинобудування через нестабільність економічної та політичної ситуації в країні.
4. Відсутність підтримки галузі з боку держави через недосконалість законодавчої та нормативної бази.
5. Нестача доходів підприємств обмежує забезпечення власним інвестиційним ресурсом оновлення виробничих можливостей.
6. Недоступність довгострокового кредитування та лізингу обладнання.
7. Недостатня кількість кваліфікованих робітників та низький рівень заробітної плати.
8. Постійне зростання цін на сировину та матеріали, які використовуються для виготовлення продукції.
9. Темпи зростання обсягу імпорту машинобудівної продукції значно перевищують темпи збільшення її експорту.

Зважаючи на усі вище перераховані проблеми, можна зробити висновок, що машинобудівна галузь має посісти більш важливе місце у структурі промисловості України в цілому. Для цього необхідно провести модернізацію машинобудівних підприємств, їх технічне переоснащення з використанням сучасних технологій, налагодити виробництво високоефективних машин та їх систем для всіх галузей і сфер народного господарства. Такі заходи дозволять підвищити конкурентоспроможність підприємств галузі.

2.2. Етапи проведення оцінки та засоби підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства

Починати аналіз конкурентоспроможності промислового підприємства необхідно з визначення стану його місця і ролі в конкурентному середовищі. Важливо чітко представляти рівень популярності цього підприємства

(стосунки до нього споживачів, встановити мотиви переваг при виборі того або іншого виробника при купівлі продукції, включаючи якість, рівень цін тощо). За результатами моніторингу проводиться зіставлення показників з аналогічними характеристиками конкуруючих суб'єктів і виконуються прогнози розрахунки.

Загальну схему проведення оцінки та підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства можна представити так:

1. Аналіз показників, що визначають конкурентоспроможність промислового підприємства.
2. Формалізація методів оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства.
3. Визначення коефіцієнту вагомості для кожного показника конкурентоспроможності.
4. Визначення кількісних показників з урахуванням коефіцієнту вагомості.
5. Проведення оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства.
6. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Найбільш важливе місце відводиться вибору показників, які будуть використовуватися для розрахунку конкурентоспроможності підприємства, і визначенню міри значущості кожного показника. Основні групи показників представлені у таблиці.

Таблиця 2.1

Система показників конкурентоспроможності промислового підприємства

Назва показника	Формула	Характеристика
1. Ефективність виробничої діяльності підприємства		
Фондовіддача, тис грн	$\frac{\text{ЧД/ОФ}}{\text{де ЧД - чистий дохід (виручка)}}$	Характеризує ефективність використання основних

	реалізованої продукції; ОФ - середньорічна залишкова сума основних засобів.	виробничих засобів
Рентабельність продукції, %	$\frac{\text{ЧП}}{\text{Сб}} * 100\%$, де ЧП - чистий прибуток; Сб - собівартість продукції.	Дає можливість визначити, яка продукція більш прибуткова, тобто вигідніша для виробництва
Продуктивність праці, грн/чол	$\frac{\text{ЧД}}{\text{Ч}}$, де ЧД - чистий дохід (виручка) від реалізованої продукції; Ч - середньооблікова чисельність персоналу.	З одного боку, характеризує ефективність використання персоналу підприємства, а, з іншого боку, показує здатність працівника випускати певну кількість продукції за одиницю часу.
2. Фінансовий стан підприємства		
Коефіцієнт автономії	$\frac{\text{ВК}}{\text{П}}$, де ВК – власний капітал підприємства; П – сума пасивів підприємства.	Показує, яку частину своїх активів компанія здатна профінансувати за рахунок власних фінансових ресурсів.
Коефіцієнт покриття	$\frac{\text{ОА}}{\text{ПЗ}}$, де ОА – сума оборотних активів підприємства; ПЗ – поточні зобов'язання підприємства.	Демонструє здатність компанії відповідати за поточними зобов'язаннями за допомогою оборотних активів.
Коефіцієнт абсолютної	$\frac{\text{ГК}}{\text{ПЗ}}$,	Демонструє частку

ліквідності	де ГК – грошові кошти підприємства ті їх еквіваленти; ПЗ – поточні зобов'язання підприємства.	поточних зобов'язань компанії, яка може бути погашена негайно.
3. Ефективність менеджменту		
Рентабельність активів, %	$\text{ЧП}/\text{А} * 100\%$, де ЧП – чистий прибуток підприємства; А – сума активів підприємства.	Показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку.
Рентабельність власного капіталу, %	$\text{ЧП}/\text{ВК} * 100\%$, де ЧП – чистий прибуток підприємства; ВК – власний капітал підприємства.	Демонструє, наскільки ефективно використовується власний капітал, тобто скільки прибутку було згенеровано на кожну гривню залучених власних коштів.
4. Ефективність організації, збуту та просування товарів		
Рентабельність продажу, %	$\text{ЧП}/\text{ЧД} * 100\%$, де ЧП – чистий прибуток підприємства; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізованої продукції.	Показує, яку суму операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції.
Коефіцієнт	ВРЗ/ПрП,	Характеризує

ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	де ВРЗ – витрати на рекламу та стимулювання збуту; ПрП – приріст прибутку від реалізації продукції.	економічну ефективність реклами і засобів стимулювання збуту.
---	---	---

Джерело: складено автором на основі [26], [27].

На сьогоднішній день розроблено безліч методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх можна класифікувати наступним чином [28]:

1. *Матричні методи оцінки* (матриця БКГ, матриця Портера, модель McKinsey тощо). Ці методи є досить простими і дають наочну інформацію. Згідно з цією методикою найбільш конкурентоспроможними вважаються ті економічні суб'єкти, які функціонують на швидко зростаючому ринку і займають суттєву його частку. Мінусом є те, що дані методи не дають можливості провести аналіз причин ситуації, що склалася, чим ускладнює процес розробки управлінських рішень.
2. *Методи, які ґрунтуються на процедурі оцінювання конкурентоспроможності товару, що виробляється або послуги, що надається підприємством.* Ключова ідея таких методик в тому, що конкурентоспроможність підприємства і товару знаходяться в прямій залежності, тобто з ростом конкурентоспроможності товару зростає і конкурентоспроможність фірми. Але через підміну конкурентоспроможності підприємства поняттям «конкурентоспроможність товару» ці методи не дають повного уявлення про сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства.
3. *Методи, в основу яких покладено теорію ефективної конкуренції.* Відповідно до теорії ефективної конкуренції найбільш конкурентоспроможними вважаються фірми, в яких найкращим чином

налагоджена робота всіх підрозділів і служб. Така методика оцінювання застосовується найбільше в оцінці промислових підприємств і включає всі найважливіші оцінки господарської діяльності, виключаючи дублювання конкретних показників, дає можливість створити загальну картину конкурентного становища фірми на внутрішньому і зовнішньому ринку швидко і точно.

4. *Методи, засновані на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності.* Цей метод включає дві складові: по-перше, критерій, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача, по-друге, критерій ефективності виробництва. Позитивною рисою цього методу можна назвати простоту здійснюваних розрахунків і можливість однозначно інтерпретувати результати. Разом з тим, важливим недоліком є неповна характеристика діяльності підприємства.

За результатами проведеної оцінки конкурентоспроможності розробляється стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства. Виділяється декілька видів стратегій, які представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства

Назва стратегії	Характеристика
Стратегія лідерства за рахунок економії на витратах	В основу стратегії покладено створення стійких переваг в затратах перед конкурентами і прагнення стати постачальником на ринку найдешевших товарів, привабливих для широкого кола споживачів. Широкому застосуванню даної стратегії перешкоджають такі фактори, як інфляція, недосконалість

	законодавства, проблеми із забезпеченням сировиною тощо.
Стратегії індивідуалізації (диференціації)	Стратегії індивідуалізації полягають у прагненні зробити свою продукцію унікальною, щоб вона вигідно відрізнялася від товарів конкурентів і за рахунок цього стала більш привабливою для широкого кола покупців. Успіх при реалізації цієї стратегії може бути забезпечений тільки при ретельному вивченні потреб покупців.
Стратегія ринкової ніші	Стратегія ринкової ніші відрізняє зосередження уваги на вузькій ділянці ринку. Тут домінує пропозиція вузькому сегменту ринку продукції, що відповідає його смакам і потреби. Цільова ніша ринку може визначатися регіональними особливостями, що впливають із спеціальних вимог до продукції, або спеціальними властивостями товару, привабливими для учасників тільки цього ринкового сегмента.
Стратегія фокусування	Стратегію фокусування використовують, як правило, підприємствами середнього та малого бізнесу, які знаходять свою нішу на ринку і всі зусилля

	спрямовують на цей сегмент. Більшість закордонних підприємств дотримуються даної стратегії.
Стратегія найкращої вартості	Стратегія найкращої вартості полягає в тому, що в ній активізується увага на пропозиції споживачам більшої реальної цінності товару шляхом поєднання низьких витрат і диференціації якості. Щоб стати виробником з найкращого вартістю, підприємству необхідно забезпечити високу якість продукції і надати їй потрібні властивості при більш низьких, порівняно з конкурентами, витратах.
Стратегія інновації товару	Стратегія інновації може забезпечити підприємству конкурентну перевагу в отриманні прибутку і досягненні швидкого економічного зростання. Перевага господарюючого суб'єкта, що реалізує дану стратегію, засноване на тому, що він є першим або в даному бізнесі, або на певній території, або на новому ринку (сегменті). Така стратегія притаманна переважно великим підприємствам.

Джерело: складено автором на основі [28]

Висновки до розділу 2

Машинобудування є провідною галуззю промисловості, оскільки здійснює значний вплив на розвиток інших галузей, зокрема через забезпечення ефективним та якісним обладнанням. Проаналізувавши стан машинобудівної галузі в Україні, можна зробити висновок, що на даний момент галузь не є конкурентоспроможною.

Частка продукції машинобудування в розвинутих країнах в загальному обсязі промислової продукції становить близько 40%, а в Україні вона складає всього близько 10%. У 2019 році відбулося скорочення обсягів машинобудівного виробництва, і ця тенденція зберігається на початку 2020 року. Основними причинами падіння галузі є застарілі виробничі фонди на підприємствах, низькій рівень інновацій, відсутність підтримки галузі з боку держави тощо.

Такі результати дослідження підтверджують необхідність проведення оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств та впровадження засобів підвищення конкурентоспроможності.

Основними етапами цього процесу є: вибір показників, що визначають конкурентоспроможність промислового підприємства; формалізація методів оцінки конкурентоспроможності; проведення оцінки конкурентоспроможності за допомогою обраних показників і методів та розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «ОЛМИС»

3.1 Аналіз економічної діяльності підприємства «Олмис»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Олмис» функціонує з грудня 1993 року у місті Маріуполь. Завод спеціалізується на розробці та виготовленні грейферів для сипучих вантажів та металоконструкцій. Виготовлені грейфери використовуються в морських і річкових портах, металургійних і гірничо-збагачувальних комбінатах, коксохімічних заводах, різних кар'єрах. Конструкторських відділом цього підприємства розроблено та модернізовано більш ніж 100 моделей грейферів, які успішно працюють на 250 підприємствах України та СНД.

Основні види продукції, що випускаються ТОВ «ОЛМИС», включають:

- Грейфери різної вантажопідйомності;
- Кліщі, кліщові захвати;
- Спекательні візки;
- Передавальні візки, візки сталевозу, шлаковозів, совки для завантаження брухту;
- Мостові крани;
- Запасні частини для машин розтину і забивання чавунної льотки;
- Скіпи для доменних печей;
- Клапани холодного і гарячого дуття;
- Ковші різного об'єму для конверторних цехів і мартенівських печей;
- Кранові барабани, кранові колеса;
- Цапфи для ремонту ковшів;
- Корпуси підшипників прокатних станів;
- Ролики рольгангів прокатних станів;
- Металоконструкції будь-якої складності по кресленнях замовника;
- Нестандартне обладнання з виконанням механічної обробки;
- Механічна і термічна обробка виробів: осі, корпусу, вали, блоки ;

- Механічна обробка литих заготовок з чавуну, сталі, кольорових металів і сплавів.

Також підприємство виконує послуги по ремонту металургійного обладнання: ковшів, редукторів, лінійок, штанг маніпуляторів, корпусів підшипників прокатних станів та інших складних деталей і механічних вузлів.

Пропускна здатність підприємства до 200 т металоконструкцій і до 50 т виробів машинобудування в місяць.

Загальна та юридична інформація про підприємство та агрегована фінансова звітність представлені у додатках А, Б та В.

Розглянемо основні економічні показники діяльності ТОВ «Олмис» за 2018-2019 рр.

Таблиця 3.1

Основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ «Олмис» за 2018-2019 роки

Назва показника	2018 рік	2019 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	40323,4	21980,5	-18342,9	-45%
2. Собівартість реалізованої Продукції, тис. грн	37285,8	18611	-18674,8	-50%
3. Валовий прибуток (збиток) від реалізації, тис. грн	3037,6	3369,5	331,9	11%
4. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	2421,6	839	-1582,6	-65%
5. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	2396,5	714,2	-1682,3	-70%

Джерело: авторські розрахунки

Як можна побачити з таблиці 3.1, по більшості фінансовим показникам спостерігається негативна тенденція. Чистий прибуток підприємства у 2019 році зменшився на 1682,3 тис. грн або на 70% порівняно з минулим роком. На це вплинуло зменшення обсягу реалізованої продукції на 18342 тис грн (або 45%). За період 2018-2019 рр. збільшився лише валовий прибуток від реалізації товару (на 331,9 тис. грн або 11%), це відбулось за рахунок зменшення собівартості продукції. Така негативна динаміка фінансових показників підприємства є наслідком загальної політичної та економічної нестабільності в країні.

Детальніше оцінити ефективність функціонування підприємства можна за допомогою семифакторної моделі Дюпона. Модель представлена нижче:

$$ROA = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} \times \frac{\text{ЧД}}{\text{ДЗ}} \times \frac{\text{ДЗ}}{\text{ОА}} \times \frac{\text{ОА}}{\text{ПЗ}} \times \frac{\text{ПЗ}}{\text{ПК}} \times \frac{\text{ПК}}{\text{ВК}} \times \frac{\text{ВК}}{\text{А}} \quad (3.1)$$

де ROA – рентабельність активів;

ЧП – чистий прибуток підприємства;

ЧД – чистий дохід підприємства;

ДЗ – дебіторська заборгованість;

ОА – оборотні активи підприємства;

ПЗ – поточні зобов'язання;

ПК – позиковий капітал;

ВК – власний капітал;

А – сума активів підприємства.

Узагальнена модель виглядає так:

$$ROA = R_{\text{продаж}} \times K_{\text{об деб}} \times \text{Ч}_{\text{ДЗ в оа}} \times K_{\text{пот лік}} \times \text{Ч}_{\text{ПЗ в ПК}} \times \frac{\text{ПК}}{\text{ВК}} \times K_{\text{авт}} \quad (3.2)$$

де $R_{\text{продаж}}$ – рентабельність продажу,

$K_{\text{об деб}}$ – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості,

$\text{Ч}_{\text{ДЗ в оа}}$ – частка дебіторської заборгованості в оборотних активах,

$K_{\text{пот лік}}$ – коефіцієнт поточної ліквідності,

$\text{Ч}_{\text{ПЗ в ПК}}$ – частка поточних зобов'язань в позиковому капіталі,

$K_{\text{авт}}$ – коефіцієнт автономії.

Усі розрахунки проводились в MS Excel, таблиці з вихідними, проміжними даними та результатами представлені нижче.

Таблиця 3.2

Вихідні дані для оцінки ефективності діяльності підприємства ТОВ «Олмис» за допомогою семифакторної моделі Дюпон

Показник	2018 р.	2019 р.	Абсолютна зміна
Чистий прибуток, тис. грн	2396,5	714,2	-1682,3
Чистий дохід, тис.грн	40323,4	21980,5	-18342,9
Активи (капітал), тис.грн	18379,2	18325,9	-53,3
Оборотні активи, тис.грн	15232,5	14605,9	-626,6
Дебіторська заборгованість, тис.грн	5867,6	5837,8	-29,8
Власний капітал, тис.грн	4098,4	4805	706,6
Поточні зобов'язання, тис.грн	14280,8	13520,9	-759,9
Позиковий капітал, тис.грн	14280,8	13520,9	-759,9

Джерело: складено автором

Таблиця 3.3

Розрахункові дані для оцінки ефективності діяльності підприємства ТОВ «Олмис» за допомогою семифакторної моделі Дюпон

Показник	Формула для розрахунку	2018 р.	2019 р.	Абсолютна зміна
Рентабельність продажу, %	ЧП/ЧД	5,94	3,24	-2,69

Продовження таблиці 3.3

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, об.	ЧД/ДЗ	6,87	3,77	-3,11
Частка дебіторської заборгованості в оборотних активах	ДЗ/ОА	0,39	0,39	0,01
Коефіцієнт поточної ліквідності	ОА/ПЗ	1,07	1,08	0,01
Частка поточних зобов'язань в позиковому капіталі	ПЗ/ПК	1	1	0
Співвідношення позикового і власного капіталу	ПК/ВК	3,48	2,81	-0,67
Коефіцієнт автономії	ВК/А	0,23	0,26	0,04

Джерело: авторські розрахунки

Далі методом ланцюгових підстановок визначили вплив кожного з показників на рентабельність активів.

Таблиця 3.4

Оцінювання впливу факторів на показник ROA, %

	Вплив
Зміна ROA за рахунок зміни рентабельності продажу	-5,91
Зміна ROA за рахунок зміни коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості	-3,22
Зміна ROA за рахунок зміни частки дебіторської заборгованості в оборотних активах	0,15
Зміна ROA за рахунок зміни коефіцієнту поточної ліквідності	0,05
Зміна ROA за рахунок зміни частки поточних зобов'язань у позиковому капіталі	0,00
Зміна ROA за рахунок зміни співвідношення позикового та власного капіталу	-0,79
Зміна ROA за рахунок зміни коефіцієнту автономії	0,58

Джерело: авторські розрахунки

Оцінивши ефективність бізнес-моделі ТОВ "ОЛМІС", можна зробити висновок про те, що модель працює ефективно, але у 2019 році її ефективність помітно знизилась у порівнянні з минулим періодом (на 9,14% на основі показника рентабельності активів).

Зниження майже всіх факторів, які вплинули на зменшення ефективності функціонування бізнес-моделі, зумовлено простоем на підприємстві з листопада по грудень 2019 року включно. Відсутність замовлень підприємству на виготовлення продукції призвело до значного зниження чистого доходу та, відповідно, чистого прибутку, що в свою чергу знизило показники рентабельності продажу та коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості (ці показники найбільше вплинули на зниження рентабельності активів: на -5,91% та -3,22% відповідно). За рахунок зменшення співвідношення позикового і власного капіталу підприємства на 0,67 рентабельність активів знизилась на 0,79%. При цьому позиковий капітал значно перевищує власний капітал підприємства, а отже, свідчить про фінансову залежність підприємства від кредиторів та інвесторів. А за рахунок незначного збільшення частки дебіторської заборгованості в оборотних активах підприємства на 0,01 та коефіцієнту поточної ліквідності на 0,01

рентабельність активів збільшилась на 0,15% та 0,05% відповідно. Також зростання коефіцієнту автономії підприємства на 0,04 призвело до збільшення рентабельності активів на 0,58%.

Загалом на підприємстві спостерігається позитивна тенденція - зростання коефіцієнту автономії, тобто зростання кількості активів, яке підприємство здатне профінансувати за рахунок власного капіталу, але при цьому показник майже в два рази менше за нормативне значення, тому підприємство не можна вважати фінансово стійким. Частка поточних зобов'язань в позиковому капіталі не вплинула на зміну показника рентабельності активів, оскільки протягом аналізованого періоду залишалась незмінною. Взагалі позиковий капітал підприємства повністю складається з поточних зобов'язань. Це свідчить про погіршення структури балансу та втрату фінансової стійкості.

3.2 Розробка інформаційної моделі управління конкурентоспроможністю ТОВ «ОЛМИС»

У другому розділі ми розглядали загальну схему проведення оцінки та підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства. На основі цієї інформації була побудована інформаційна модель управління конкурентоспроможністю ТОВ «Олмис». Вона представлена нижче на рис.

3.1.

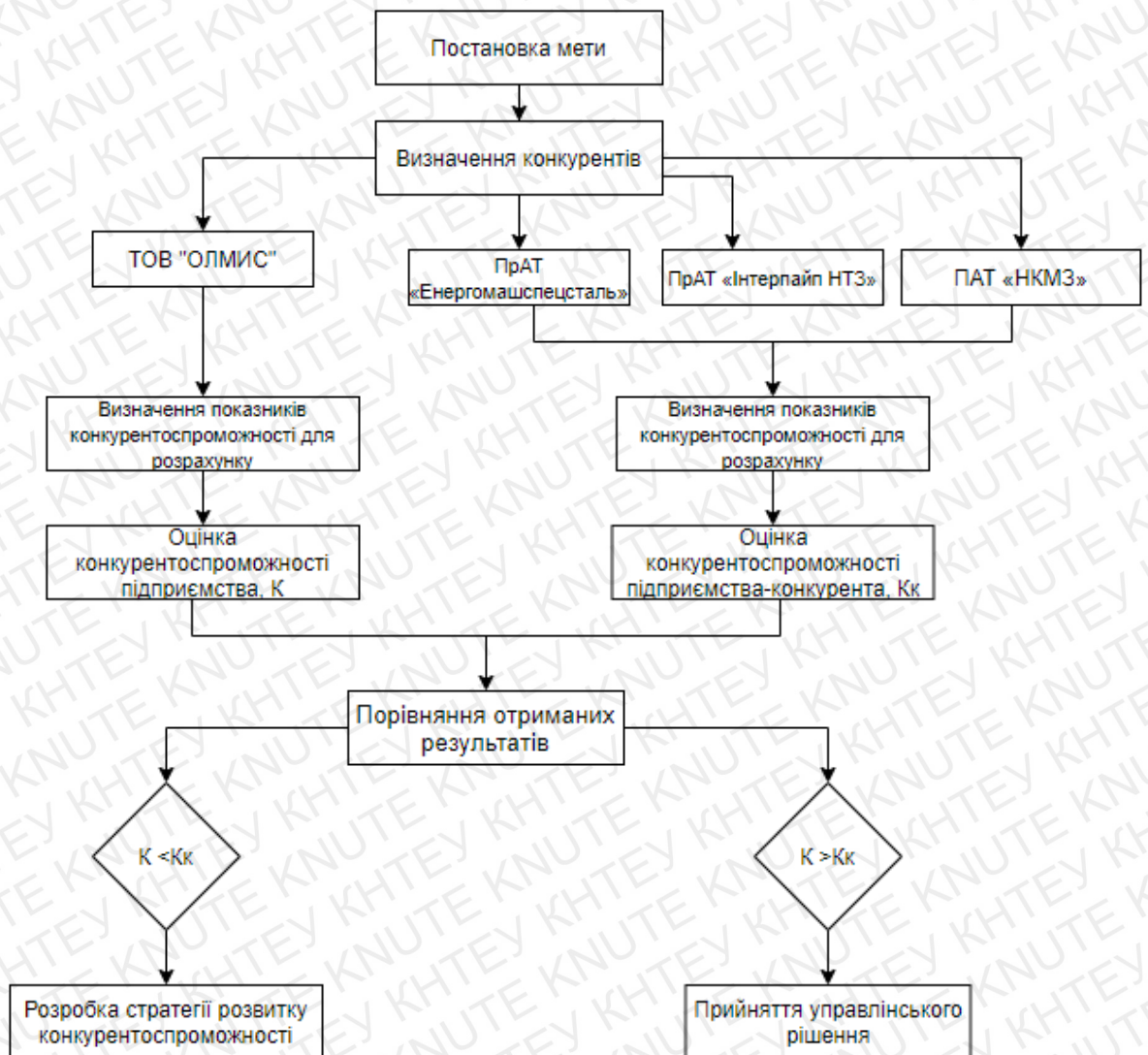


Рис. 3.1 Інформаційна модель управління конкурентоспроможністю промислового підприємства
Джерело: авторська розробка

Метою аналізу є визначення конкурентоспроможності підприємства порівняно з конкурентами і на основі цих даних обрати стратегію функціонування підприємства на ринку.

В якості конкурентів ТОВ «ОЛМИС» були обрані три українських підприємства машинобудівної галузі. Опис у таблиці нижче.

Таблиця 3.5

Підприємства-конкуренти ТОВ «Олмис»

Назва підприємства	Опис
ТОВ «Енергомашспецсталь»	Український виробник спеціальних литих і кованих виробів індивідуального і дрібносерійного виробництва для металургії, суднобудування, енергетики (вітро-, паро-, гідро-, атомної) і загального машинобудування. Розташований у м. Краматорськ.
ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод»	Підприємство спеціалізується на виробництві безшовних труб для видобутку і транспортування продуктів в нафтогазовидобувній галузі, труб спеціального призначення для машинобудування та енергетичної промисловості, труб загального призначення для застосування в інших промислових галузях, а також коліс і бандажів для залізничного транспорту. Розташований у м. Дніпро.
ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод»	Найбільше в Європі підприємство індивідуального важкого машинобудування. Завод 85 років успішно працює на ринку металургійної, гірничорудної, ковальсько-пресового, шахтно-прохідницького, підйомно-транспортного, спеціалізованого обладнання. Продукція НКМЗ працює в 79 країнах світу, в тому числі у Франції, Італії, Німеччини, Японії.

Джерело: складено автором на основі [30], [31], [32]

В якості бази для розрахунку конкурентоспроможності були обрані показники, які характеризують чотири напрямки роботи підприємства: виробнича діяльність, фінансове положення, збутова діяльність та ефективність менеджменту. У таблиці 3.6 представлені результати розрахунків для підприємства ТОВ «Олмис». Показник розраховувався як середнє арифметичне за 2018 і 2019 роки.

Таблиця 3.6

Показники конкурентоспроможності ТОВ «Олмис»

Назва показника	Формула	Значення
Конкурентоспроможність за показниками ефективності виробничої діяльності (ВД) в середньому за 2018-2019рр.		
Фондовіддача, Ф	ЧД/ОЗ	42,64
Рентабельність продукції, Рп	ЧП/Сб	0,06
Продуктивність праці, ПП	ЧД/Сер. кількість працівників	312,46
Конкурентоспроможність за показниками фінансового положення (ФП) в середньому за 2018-2019рр.		
Коефіцієнт автономії, Ка	ВК/А	0,22
Коефіцієнт платоспроможності, Кп	ВК/Зоб	0,28
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, Кл	ГК/ПЗ	0,07
Конкурентоспроможність за показниками збуту продукції (ЗП) в середньому за 2018-2019рр.		
Рентабельність продажу, Рпрод	ЧП/ЧД	0,04
Економічна рентабельність, ЕкР	Фінансовий результат від операційної діяльності/А	0,09
Прибуток від операційної діяльності в розрахунку на одного працівника відділу збуту, ПрЗ	Фінансовий результат від операційної діяльності/кількість працівників відділу збуту	804,43
Конкурентоспроможність за показниками ефективності менеджменту (ЕМ) в середньому за 2018-2019рр.		
Рентабельність активів, Ра	ЧП/А	0,08
Рентабельність власного капіталу, Рвк	ЧП/ВК	0,38
Оборотність активів, Оба	ЧД/А	1,77

Джерело: авторські розрахунки

Аналогічні розрахунки в MS Excel були проведені для підприємств ТОВ «Енергомашспецсталь», ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод» та ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод». Результати нижче.

Таблиця 3.7

Показники конкурентоспроможності підприємств-конкурентів ТОВ «Олмис»

Назва показника	ТОВ «Енергомашспецсталь»	ПАТ «Інтерпайп НТЗ»	ПАТ «НКМЗ».
<i>Конкурентоспроможність за показниками ефективності виробничої діяльності в середньому за 2018-2019рр.</i>			
Фондовіддача	0,9	4,35	2,9
Рентабельність продукції	0,09	0,24	0,16
Продуктивність праці	1643,93	3129,12	727,27
<i>Конкурентоспроможність за показниками фінансового положення в середньому за 2018-2019рр.</i>			
Коефіцієнт автономії	-1,55	0,14	0,8
Коефіцієнт платоспроможності	-0,61	0,18	4,08
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,002	0,06	0,29
<i>Конкурентоспроможність за показниками збуту продукції в середньому за 2018-2019рр.</i>			
Рентабельність продажу	0,16	0,16	0,11
Економічна рентабельність	0,16	0,14	0,14
Прибуток від операційної діяльності в розрахунку на одного працівника відділу збуту	17920,46	38280,7	37387,42

Конкурентоспроможність за показниками ефективності менеджменту в середньому за 2018-2019рр.			
Рентабельність активів	0,06	0,11	0,09
Рентабельність власного капіталу	-0,05	0,84	0,12
Оборотність активів	0,51	0,71	0,93

Джерело: авторські розрахунки

Далі необхідно ці одиничні показники перевести у відносні величини (бали).

Кожен з цих показників має різну ступінь важливості для загальної конкурентоспроможності, тому експертним шляхом були запропоновані коефіцієнти вагомості кожного показника.

$$ВД = 0,4Ф + 0,4Рп + 0,2Пп$$

$$ФП = 0,3Ка + 0,3Кп + 0,4Кл$$

$$ЗП = 0,4Рпрод + 0,4ЕкР + 0,2Прз$$

$$ЕМ = 0,35Ра + 0,35Рвк + 0,3ОбА$$

Таблиця 3.8

Зведена таблиця оцінки конкурентоспроможності підприємства ТОВ «ОЛМИС» і конкурентів

	ТОВ «Олмис»	ТОВ «Енергомашспецсталь»	ПАТ «НКМЗ»	ПАТ «Інтерпайп НТЗ»
Ефективність виробничої діяльності	79,57	329,18	146,69	627,66
Фінансове положення	0.18	-0.64	1.58	0.12
Ефективність збуту продукції	160,94	3584,22	7477,58	7656,26
Ефективність менеджменту	0.69	0.16	0.36	0.55

Джерело: авторські розрахунки

На основі проведеної оцінки будуюмо пелюсткову діаграму. Для більш наочних результатів показники ефективності виробничої діяльності та збуту продукції помножимо на коефіцієнти 0,01 та 0,001 відповідно.

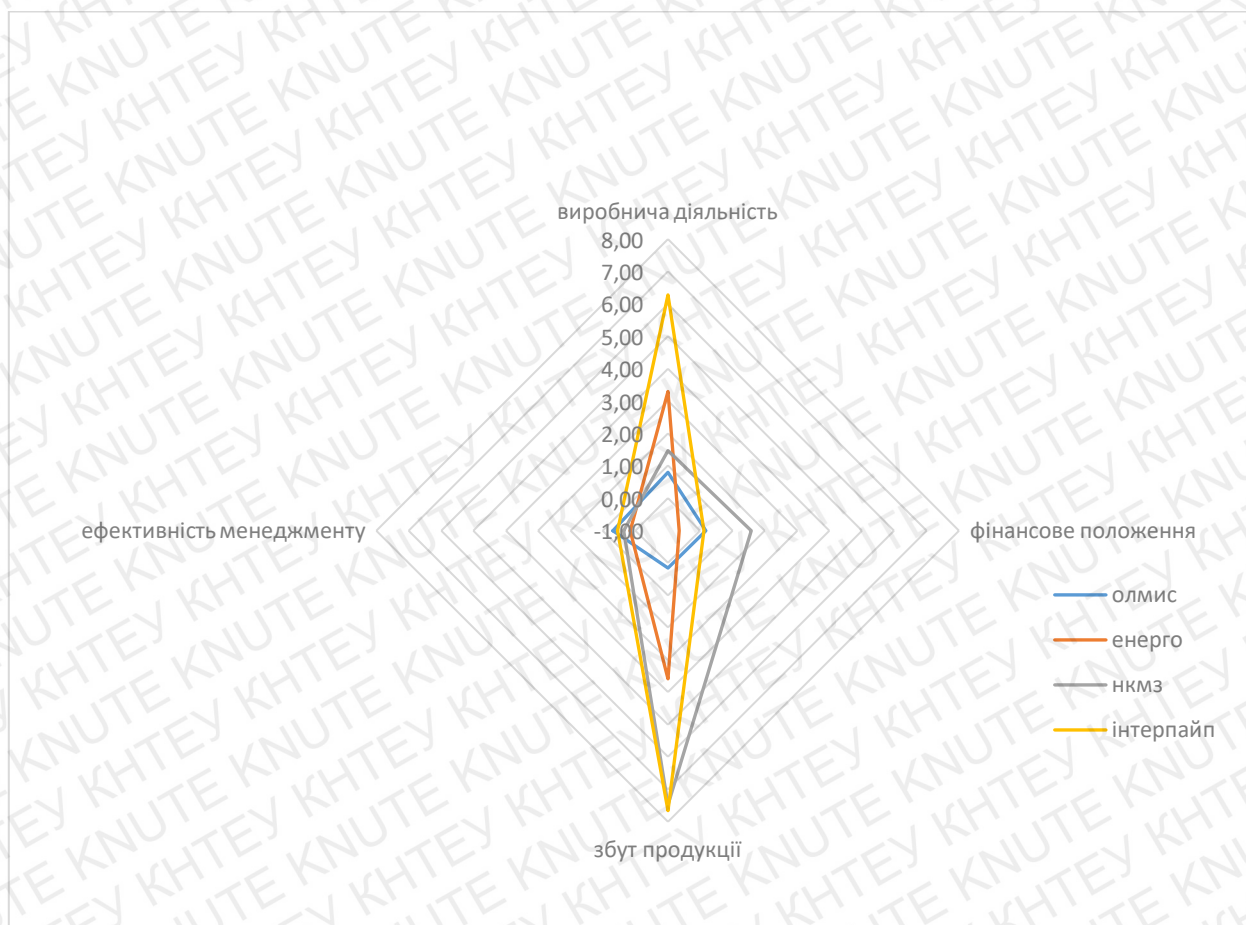


Рис. 3.2 Пелюсткова діаграма конкурентоспроможності

Одразу можна побачити, що найбільше відхилення ТОВ «Олмис» від конкурентів спостерігається у сферах виробничої діяльності та в ефективності збуту продукції. По цим двом сферам лідером є ПАТ «Інтерпайп НТЗ». При цьому це підприємство програє ТОВ «Олмис» по фінансовому положенню. За цим критерієм лідерство демонструє ПАТ «НКМЗ». За показником ефективності менеджменту всі підприємства показали приблизно однакові результати, але тут ТОВ «Олмис» займає перше місце.

Отже, за результатами оцінки конкурентоспроможності підприємству необхідно підвищити ефективність збуту продукції та виробничої діяльності.

Для підвищення ефективності виробничої діяльності підприємству пропонується обрати стратегію фокусування (спеціалізації) – зосередитись на виборі вузького сегмента і обслуговуванні цього сегмента з більшою ефективністю, ніж це можуть зробити конкуренти, що обслуговують більш

широкий сегмент ринку. У випадку ТОВ «Олмис» це буде зосередження на виробництві металоконструкцій для морських портів. Це вузька потреба, яку задовольняє не дуже велика кількість підприємств.

Також важливим етапом підвищення конкурентоспроможності є модернізація засобів виробництва – це надає конкурентну перевагу підприємству. Модернізація дозволяє не тільки удосконалити наявну техніку, але також і перейти до нових методів виробництва продукції.

Модернізація операційної діяльності позитивно вплине на ефективність збуту продукції, а це, як показав аналіз, теж є слабкою стороною ТОВ «ОЛМИС». Для підвищення ефективності збуту продукції підприємству також рекомендується:

- з'ясувати види і напрямки непродуктивних витрат на збут та розробити заходи щодо зведення їх до мінімуму;
- використовувати більш дієві методи мотивації персоналу відділу збуту і маркетингу.

Висновки до розділу 3

Було проаналізовано економічну діяльність ТОВ «Олмис». Аналіз ефективності функціонування за допомогою семифакторної моделі Дюпон-каскад показав, що підприємство працює ефективно, але у 2019 році ефективність помітно знизилась у порівнянні з минулим періодом (на 9,14% на основі показника рентабельності активів). На це вплинула загальна політична та економічна нестабільність в країні.

Запропонована інформаційна модель управління конкурентоспроможністю підприємства. Обрані підприємства-конкуренти ТОВ «Олмис». Розраховані показники конкурентоспроможності за характеризують чотири напрямки роботи підприємства: виробнича діяльність, фінансове положення, збутова діяльність та ефективність менеджменту.

В результаті аналізу конкурентоспроможності виділені слабкі місця підприємства: виробнича та збутова діяльність.

Запропонована стратегія фокусування для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

1. У процесі роботи досліджено поняття конкурентоспроможності та вплив управління конкурентоспроможністю на ефективність діяльності підприємства. Виявлені чинники, які впливають на конкурентоспроможність промислових підприємств та розглянуто сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю.
2. Досліджено конкурентоспроможність машинобудівної галузі України. Виявлено, протягом 2018-2019 року спостерігається стрімкий спад машинобудування і промисловості в цілому. Досліджено чинники такого спаду, основними з яких є: падіння цін на світових ринках на металургійну продукцію, політика НБУ щодо облікової ставки та курсу гривні, втрата частки ринку і складнощі із залізничною інфраструктурою.
3. Запропонована інформаційна модель управління конкурентоспроможності промислового підприємства. За допомогою семифакторної моделі Дюпон-каскад визначено ефективність функціонування ТОВ «Олмис». Проведений аналіз конкурентоспроможності підприємства, в результаті чого було виявлено його сильні і слабкі сторони. Запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стахів О.А. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / О.А. Стахів, Т.Л. Адамчук // Економіка і суспільство. – 2017. – №12. – С. 360-365.
2. Донських А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають / А. С. Донських. // Ефективна економіка. - 2011. - № 12
3. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства / Ю. М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - № 4. - С. 274-282.
4. Голомб В. В. Теоретичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємства / В. В. Голомб, В. С. Жиронкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2018. - Вип. 4. - С. 78-81.
5. Арнаут І.П. Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства / І.П. Арнаут // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3. – С. 111-114.
6. Фарат О. В. Ознаки конкурентоспроможності продукції промислових підприємств / О. В. Фарат, І. О. Красілич // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 1. - С. 194-201.
7. Сілічева Н. Конкурентоспроможність промислових підприємств на ринку металопрокату в Україні / Н. Сілічева, К. Ромадан // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. - 2019. - № 1. - С. 147-167.
8. Ладунка І. С. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств / Ладунка І. С., Братанов М. І. // Економіка і суспільство. – 2016. - №5
9. Кривешко О. В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О. В. Кривешко, П. В. Сідун // Вісник

- Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – № 720. – С. 180–188.
10. Савченко М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства у контексті забезпечення економічної безпеки / М. В. Савченко, О. В. Шкуренко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2019. - № 3. - С. 156-159
 11. Павлова В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В. А. Павлова, Р. В. Губарев // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. - 2014. - № 2. - С. 168–176.
 12. Діденко Є.О. Управління конкурентоспроможністю юридичної компанії на основі визначення ключових факторів успіху в умовах насиченого конкурентного середовища. Технології та дизайн. К.: КНУТД, 2014. №4 (13). С. 45—51.
 13. Іващенко А. Г. Процесний підхід до управління як передумова підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства / Іващенко А. Г. // Фінансовий простір. – 2015. - №2. – С. 412-417.
 14. Мануйлович Ю.М. Маркетингове управління підвищенням конкурентоспроможності машинобудівних підприємств [Електронний ресурс]/ Ю.М.Мануйлови. – Режим доступу: <http://www.khnu.km.ua/root/res/2-21-22-10.pdf>
 15. Жовновач Р. І. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / Р. І. Жовновач // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2010. - Вип. 18(1). - С. 344-351
 16. Пастухова Т. Ю. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : [Електронний ресурс] / Т. Ю. Пастухова // Ефективна економіка. — 2012. — № 9. — Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1396>.
 17. Шацька З. Я. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах на засадах системно-ситуаційного підходу / З. Я.

- Шацька // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 6. - С. 88-93
- 18.Свеженцев, О. О. Перспективи розвитку машинобудівної галузі України: формування нової концепції промислової політики / О. О. Свеженцев // Управління розвитком. – 2016. – № 2(184). – С. 12-19.
- 19.Виробництво промислової продукції за видами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/vr_rea_ovpp/vr_rea_ovpp_u/arh_vppv_u.html
- 20.Чевганова В. Я. Конкурентоспроможність продукції машинобудування: реалії та можливості / В. Я. Чевганова, Т. С. Перевертайло // Modern economics. - 2019. - № 14. - С. 279-284.
- 21.Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 22.Машинобудівна галузь в Україні: потенціал та можливості для розширення експорту на період до 2021 року. – 2019 р.
23. Індекси промислової продукції за видами діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/arh_ipv_u.html
- 24.Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки : науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». – К., 2018. – 158 с
- 25.Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ni/dj_fin_igpp/dj_fin_idpp_u.htm
- 26.Гут Л. В. Окремі аспекти формування конкурентоспроможності промислового підприємства / Л. В. Гут, А. Ф. Ляшенко, М. Д. Цепенюк

- // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.
Економічні науки. - 2013. - Вип. 3. - С. 146-152.
- 27.Кобилецький В. Р., Словник економіко-фінансових показників, коефіцієнтів, індикаторів/ В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv>
28. Колмакова О. М. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства / Колмакова О. М., Андріянова О. А. // Молодий вчений. – 2018 р. - №5.1.
29. ТОВ ОЛМИС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/20344888/
30. Офіційна сторінка ПАТ «Енергомашспецсталь». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://emss.ua/uk/>
- 31.ПАТ «Інтерпайп». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ntrp.interpipe.biz/about>
32. ПАТ «НКМЗ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nkmz.com/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Загальна характеристика підприємства ТОВ «ОЛМИС»

Повне найменування юридичної особи	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ОЛМИС
Код ЄДРПОУ	20344888
Дата реєстрації	13.12.1993
Уповноважені особи	Мкртчян Альберт Вагінакович
Розмір статутного капіталу	98 000,00 грн.
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Адреса:	87502, Донецька обл., місто Маріуполь, вул.Станіславського, будинок 5
E-mail:	ooo.olmis@gmail.com
Телефон:	0629538321 0629538322
Основний вид діяльності:	28.22 Виробництво підйимального та вантажно-розвантажувального устаткування (основний)

Джерело: складено автором на основі [29]

Баланс ТОВ «ОЛМІС» за 2018-2019 роки

Показник	Код рядка	2018 р.	2019 р.
<i>Баланс</i>			
<i>Актив</i>			
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	249.6	903.4
Основні засоби	1010	2325.5	2245
первісна вартість	1011	2833.6	3030
знос	1012	508.1	785
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Інші необоротні активи	1090	571.6	571.6
Усього за розділом I	1095	3146.7	3720
II. Оборотні активи Запаси	1100	8016.5	8648.5
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5166	5381.1
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1130	0	19.7
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	701.6	437
Гроші та їх еквіваленти	1165	1340.8	105.1
Інші оборотні активи	1190	7.6	14.5
Усього за розділом II	1195	15232.5	14605.9
III. Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття	1200	0	0
<i>Пасив</i>			
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	98	98
Резервний капітал	1415	340.5	352.2
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3459.9	4354.8
Усього за розділом I	1495	4098.4	4805
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	98.9	10079.7
розрахунками з бюджетом	1620	350.3	17.6

у тому числі з податку на прибуток	1621	104	10.5
розрахунками зі страхування	1625	64.9	58
розрахунками з оплати праці	1630	257.4	109.7
Інші поточні зобов'язання	1690	13509.3	3255.9
Усього за розділом III	1695	14280.8	13520.9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримувані для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	18379.2	18352.9

Звіт про фінансові результати ТОВ «ОЛМІС» за 2018-2019 роки

Показник	Код рядка	2018 р.	2019 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	40323.4	21980.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	37285.8	18611
Валовий:			
прибуток	2090	3037.6	3369.5
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	3729.8	1538.2
Адміністративні витрати	2130	2555.4	2737.7
Витрати на збут	2150	1670.4	1294
Інші операційні витрати	2180	120	37
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	2421.6	839
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	501	32
Інші доходи	2240	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	2922.6	871
збиток	2295	0	0
Чистий прибуток (збиток)	2350	2396.5	714.2