

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

(назва факультету / навчально-наукового інституту)

Кафедра міжнародного менеджменту

(назва кафедри)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«міжнародний бізнес»

Галузь знань 07 управління та адміністрація

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля

та біржова діяльність»

Спеціалізація

Форма навчання: денна

очна (денна), заочна, дистанційна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему « Міжнародна конкурентоспроможність продукції українських підприємств»

(назва теми)

здобувача Косенко Михайла Євгенійовича

(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Петрашко Людмила Петрівна

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри: *к.е.н., доцент Бурмака М.О.*

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства	6
1.2. Фактори формування міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства	9
1.3. Методологія оцінки міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства	12
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ "МОРЕНО КОНСАЛТ"	18
2.1. Аналіз розвитку світового ринку нерухомості	18
2.2. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	25
2.3. Оцінка рівня міжнародної конкурентоспроможності послуг підприємства...	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ "МОРЕНО КОНСАЛТ"....	38
3.1. Проект підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства	38
3.2. Економічна ефективність запропонованих заходів та їх вплив на фінансові результати підприємства	42
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогоднішня конкуренція є найважливішим чинником сучасної ринкової економіки, оскільки ринковий механізм без сучасних форм конкуренції просто не може існувати. Вчені вважають, що під поняттям конкуренції слід розуміти процес суперництва між суб'єктами ринкових відносин за отримання найбільш сприятливих умов діяльності та збільшення власного чистого прибутку. Конкуренція виникає тоді, коли учасники ринку є повністю незалежними економічними елементами, що спираються лише на існуючі ринкові умови та прагнення перевершити своїх конкурентів. Безсумнівно, конкурентоспроможність сьогодні вважається головним мірилом успіху будь-якого бізнесу.

Дослідники відзначили, що в нинішній ситуації економічної глобалізації глобалізується конкуренція між гравцями ринку, особливо з відомими світовими брендами. Знайти нові ринки сьогодні практично неможливо, тому підвищення конкурентоспроможності власних товарів і послуг є основним завданням компанії.

Питання підвищення конкурентоспроможності бізнесу та його товарів і послуг не є новим, але залишається дуже важливим, оскільки стосується практично всіх сфер життя країни. У процесі конкуренції країн-конкурентів за ринок підприємства змушені постійно шукати нові резерви та можливості підвищення конкурентоспроможності власного виробництва. Саме тому проблема забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності підприємства, його товарів та послуг на міжнародному рівні на сьогодні є досить актуальною.

Дослідженням цієї проблеми займалися багато зарубіжних вчених, таких як Ф. Котлер, М. Портер, В. Блонська, М. Саєнко, І. Ансофф, С. Глазьев, Е. Денісон, М. Портер, Р. Солоу, Дж. Хікс, Й. Шумпетер, А. Юданов, а також вітчизняні економісти, як-от: В. Андрійчук, Ю. Бажал, А. Гальчинський, Ю. Іванов, П. Орлов, П. Перерва, В. Пономаренко, В. Семиноженко, Л. Українська, М. Хохлов, А.

Філіпенко, О. Шнирков, В. Юхименко, А. Яковлев, М. Юдін, А. Загородній, С. Клименко, Л. Піддубна та багато інших.

Метою роботи є розробка заходів підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності послуг підприємства.

Відповідно до поставленої мети в роботі визначені наступні завдання дослідження:

- дослідити поняття міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства;
- визначити фактори формування міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства;
- охарактеризувати методологію оцінки міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства;
- здійснити аналіз розвитку світового ринку нерухомості;
- навести організаційно-економічну характеристику підприємства;
- провести оцінку рівня міжнародної конкурентоспроможності послуг підприємства;
- надати проект підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства;
- надати економічну ефективність запропонованих заходів та їх вплив на фінансові результати підприємства.

Об'єкт дослідження - процеси формування міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства.

Предмет дослідження - особливості формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств ринку нерухомості.

Методи дослідження. З метою виконання поставлених завдань в роботі було використано наступні методи дослідження: синтез, узагальнення, аналіз, поєднання, табличний та графічні методи, економіко-статистичний метод.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні поняття та

факторів формування міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства, узагальненні методології оцінки міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства. Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці заходів підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності послуг підприємства.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є нормативно-правові акти, матеріали Державної служби статистики України, бухгалтерської та статистичної звітності підприємств, фундаментальних праць вітчизняних і зарубіжних авторів, монографічних досліджень та матеріалів, опублікованих в періодичних виданнях та на офіційних сайтах Інтернету.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства

Звертаючись до питання оцінки конкурентоспроможності підприємств – учасників зовнішньоекономічної діяльності при виході на зовнішні ринки, варто уточнити певні ключові умови. По-перше, саме розуміння конкурентоспроможності з позиції багатосарової її формування. По-друге, специфіку формування та провідні фактори конкурентоспроможності при виході підприємств за межі внутрішнього ринку.

Рівні конкурентоспроможності, що виділяються різними авторами (зокрема, рівень національної конкурентоспроможності, рівень конкурентоспроможності галузі, рівень конкурентоспроможності окремого підприємства і рівень конкурентоспроможності конкретного товару) мають між собою тісну зовнішню і внутрішню залежність, підтвердженням чого є наступне твердження Майкла Портера: «конкурентоспроможність країни визначається конкурентоспроможністю підприємств, що безпосередньо беруть участь у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках».

Варто зазначити, що зворотне твердження теж можна вважати справедливим: конкурентоспроможність країни, галузі та конкретного продукту зумовлюють конкурентоспроможність окремого підприємства. Зазначена взаємозалежність та взаємозумовленість факторів конкурентоспроможності різного рівня є істотною умовою оцінки конкурентоспроможності підприємств – учасників зовнішньоекономічної діяльності при їхньому виході на зовнішні ринки.

Таблиця 1.1 - Підходи до поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Зміст поняття
Н. Грицишин	Конкурентоспроможність підприємства - це рівень здібностей підприємства в певній галузі та порівняльна перевага підприємства щодо інших конкурентів, що працюють у регіоні, вдома та за кордоном. [7, с. 29-30]
М.П. Денисенко, А.П. Гречан, К.О. Шилова	Конкурентоспроможність підприємства - складна порівняльна риса підприємства, яка відображає ступінь переваги набору оцінюваних показників ефективності, що визначають успіх підприємства на конкретному ринку протягом певного періоду часу порівняно з його конкурентами. [9, с. 36]
І.М. Злидень	Конкурентоспроможність підприємства - це здатність підприємства отримувати синергію шляхом раціонального використання конкурентних переваг [14, с.76].
А. В. Єрмак	Конкурентоспроможність підприємств - це всеосяжна категорія, яка характеризує функціонування та розвиток підприємства відповідно до запланованих стратегічних цілей та протягом певного інтервалу часу, на поточному рівні та характері конкуренції з іншими учасниками відповідного ринку подібної продукції. Фактори навколишнього середовища, конкретні групи споживачів [12, с. 43]
С.М. Клименко, О.С. Дуброва	Конкурентоспроможні компанії - це, як правило, компанії, які можуть підтримувати довгострокову прибутковість в умовах ринкової економіки [18, с. 330]
О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль	Корпоративна конкурентоспроможність - це здатність отримати конкурентну перевагу над іншими компаніями на конкретному ринку [20, с. 34]

Джерело: складено автором на основі [7;9;12;14;18;20]

Тому конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як міру того, наскільки добре реалізується її потенціал для підтримки та забезпечення переваги над конкурентами на даному ринку протягом тривалого часу та в довгостроковій перспективі.

Взагалі кажучи, конкурентоспроможність підприємства визначається рівнем конкурентоспроможності його продукції на ринку. Основні напрямки визначення сутності конкурентоспроможності продукції наведено в таблиці. 1.2.

Таблиця 1.2 - Підходи до поняття «конкурентоспроможність продукції»

Джерело	Визначення
С.Б. Алексеев	Конкурентоспроможність товару є економічною категорією. Вона є результатом суб'єктивного порівняння інтересів споживача та інтересів споживача подібних товарів від конкуруючих підприємств, коли покупець купує товари компанії [3, с. 618]
М.О. Єрмолов	Конкурентоспроможність товару - це поєднання трьох складових: якість продукції; створення продукту, продажі та умови обслуговування, що визначають його вартість; реклама, просування, торгова марка, упаковка, гарантія та імідж компанії [11, с. 230]
Ю.Б. Іванов	Конкурентоспроможність продукції є загальним показником життєздатності підприємства та здатності підприємства ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, технологічний та трудовий потенціал [15, с. 17].
І. Кононенко	Конкурентоспроможним є товар, чії споживчі характеристики та вартісні характеристики забезпечують йому комерційний успіх, тобто прибуткові продажі [19, с. 81]
Ю.А. Савінова	Конкурентоспроможність товару - все, що забезпечує переваги на зовнішніх ринках та сприяє успішному збуту в конкурентному середовищі [23, с. 215]

Джерело: складено автором на основі [3;11;15;19;23]

Доцільно зазначити, що не можна прирівнювати поняття конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності підприємства. Далі перерахуємо основні ознаки відмінності між цими поняттями:

- ступінь охоплення. Конкурентоспроможність продукції розглядається по кожному її конкретному виду. Конкурентоспроможність підприємства як об'єкт розгляду має всю номенклатуру і асортимент товарі та послуг підприємства. Крім самої продукції конкурентоспроможність підприємства включає розгляд всіх напрямків виробничо-економічної діяльності підприємства;

- суб'єкт оцінки. Суб'єктом оцінки конкурентоспроможності товару є споживач, так як конкурентоспроможність товару є ступенем задоволеності саме споживача. Оцінку ж конкурентоспроможності підприємства здійснює не тільки споживач, але і виробник, так як безпосередньо саме підприємство приймає рішення про доцільність випуску тієї чи іншої продукції. При цьому загальним аспектом між конкурентоспроможністю продукції та конкурентоспроможністю підприємства є те, що визнання і тієї, і іншої відбувається на ринку;

- періоди життєвого циклу. Різниця полягає в тому, що продукція і саме підприємство мають різні періоди життєвого циклу. При цьому фактор часу має

велике значення при довготривалому плануванні діяльності підприємства, так як життєвий цикл підприємства значно більш тривалий, ніж життєвий цикл продукції. Так, за весь час функціонування підприємства воно може поміняти кілька видів виробів.

Отже, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність – це здатність підприємств, продукції та послуг конкурувати на міжнародному рівні, яка може забезпечити стабільний і відносно високий дохід від реалізації факторів виробництва, а також високий дохід від використання робочої сили; можливість формі продавати товари та послуги за цінами, рівними або нижчими від тих, що пропонуються іншими потенційними постачальниками, прибуток яких перевищує витрати на використання ресурсів. Конкурентоспроможність бізнесу слід розглядати як міру реалізації його потенціалу для збереження та забезпечення свого домінування над конкурентами на даному ринку протягом тривалого часу та в довгостроковій перспективі.

1.2. Фактори формування міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства

Перш ніж класифікувати фактори, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності товарів та послуг, визначимо, що означає термін «фактор» взагалі. На думку Б. Райзберга та Г. Фатхутдінова, фактори – це параметри, що визначають характер та результативність перебігу економічних процесів, що визначають кількість та якість економічного продукту, що виготовляється. Без них неможливо вистояти в ринкових умовах, і висока конкурентоспроможність багатьох показових компаній пояснюється тим, що ними задіяні такі рушійні сили (фактори), як синергізм, порівняльна оцінка, скорочення циклу створення нових товарів та послуг, інтелектуальний капітал та ін.

Конкурентоспроможність продукції та послуг у кожен конкретний момент залежить від спільного впливу низки факторів.

Фактори конкурентоспроможності продукції поділяються на кілька груп. Поділяються на зовнішні фактори та внутрішні фактори за середовищем, на цінові та нецінові за вартісними характеристиками, на основні та додаткові за характером дії, на постійні та змінні за тривалістю, за сферою впливу – маркетинг, економіка, промисловість, наука, технології, навколишнє середовище тощо.

Конкурентоспроможність продукції залежить від ряду внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на сфери виробництва та збуту, умови ринкового середовища тощо. До зовнішніх чинників належать державне регулювання економіки, митна та соціальна політика, інтеграційний процес, стан фінансової системи, рівень інформаційних технологій, інвестиційне середовище країни та галузі, кон'юнктура та структури ринку, місткість ринку та ін. споживчий попит.

Внутрішніми факторами є репутація підприємства, організаційно-виробнича діяльність, кваліфікація працівників, ефективне використання ресурсного потенціалу, системи управління конкурентоспроможністю.

На конкурентоспроможність товару впливають цінові та нецінові фактори. До першої групи входять якість продукції, собівартість виробництва, продаж і споживання, ціна реалізації, зовнішня інформація. До нецінових факторів належать час та інформація, вартість якої вже включена до собівартості бізнесу.

Провідну роль відіграє фактор економічного механізму, який включає ціноутворення, фінансування, запозичення, стимулювання суспільного попиту на продукцію, експорт тощо. Одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності продукції є державні чинники на національному рівні, оскільки вони визначають рівень добробуту та попиту споживачів, визначають стратегію розвитку підприємств, регіонів та країни в цілому.

Також для оцінки конкурентоспроможності товару в наукових працях традиційно виділяють структуру основних факторів конкурентоспроможності, за

допомогою яких проводиться необхідний аналіз, а саме: ціна (вартісні параметри), якість і сервіс, який надає виробник у процесі та після придбання виробу.

Деякі економісти, зокрема Р.А.Фатхутдінов, у розрізі цінових факторів окремо виділяли ціну продукції та витрати на споживання (експлуатацію). Відповідно до даної класифікації виділяються такі фактори: якість, ціна та маркетинг.

Проаналізуємо їх детальніше.

1. Якість - підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг на основі покращення якості дозволяє підприємству зайняти стійкі позиції на ринку. Якість закладається на нульовій стадії та формується протягом усього життєвого циклу товару (послуги)».

2. Ціна. Ціна – другий основний фактор конкурентоспроможності товарів та послугу. Ціна товарів та послуг може як влаштовувати, так і не влаштовувати покупця в залежності від того, який рівень доходів він має і як сприймає конкретну ціну. Як правило, конкурентоспроможність зростає за рахунок продажу товарів та послуг за нижчими цінами, що відрізняються на кілька відсотків від цін товарів та послуг конкурентів. На ціноутворення впливає кілька груп факторів:

- фактори, керовані підприємством (ціноутворення залежно від життєвого циклу, позиціонування товарів та послуг, що експлуатуються торговими марками);
- ринкові фактори (чинники зовнішнього конкурентного середовища);
- фактори, керовані споживачем (вимоги споживачів з урахуванням вигідності, корисності товарів та послуг, умови каналів розподілу).

3. Маркетинг. Третім важливим компонентом у визначенні рівня конкурентоспроможності продукції є сервіс, який надає компанія або підприємство покупцю, як у процесі купівлі, так і в процесі експлуатації товару, та маркетинг загалом, оскільки, безсумнівно, важливими заходами є сегментування, позиціонування, просування товару та створення іміджу. У цьому аспекті даний чинник останнім часом грає дедалі більшу роль, як для продавця, так покупця під час виборів того чи іншого товару, і, отже, багато в чому формує конкурентоспроможність конкретного товару.

Формування та управління зручними для покупця каналами розподілу товару, складування, транспортування, встановлення ефективних методів розповсюдження продукції (опт, роздріб), ефективного взаємозв'язку потенційного споживача та виробника товару за допомогою стратегії комунікацій, а також різноманітність форм реклами, стимулювання збуту та просування стають перманентними цілями виробників та продавців товару у боротьбі з конкурентами.

Отже, фактори конкурентоспроможності продукції поділяються на кілька груп. Поділяються на зовнішні фактори та внутрішні фактори за середовищем, на цінові та нецінові за вартісними характеристиками, на основні та додаткові за характером дії, на постійні та змінні за тривалістю, за сферою впливу – маркетинг, економіка, промисловість, наука, технології, навколишнє середовище тощо.

1.3. Методологія оцінки міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства

У сучасній теорії і практиці оцінки конкурентної позиції і конкурентних переваг ефективно функціонуючого підприємства існує ряд методів оцінки, які спрямовані в першу чергу на розробку управлінських рішень, що визначають створення оптимальної ринкової позиції. Найбільш популярні методи оцінки представлені в табл. А.1 Додатку А.

Загалом, щоб визначити конкурентоспроможність продукту, потрібно знати:

- специфічні вимоги майбутніх споживачів до продукції, що пропонується на ринку;
- очікуваний рівень попиту на товар та його можливі зміни - оцінка потенційного рівня ринкових цін на товар;
- конкурентне середовище відповідного товарного ринку;
- основні ознаки продукції основного конкурента;
- найбільш перспективні ринки збуту товару та етап його відновлення;

- термін окупності загальної вартості проекту, пов'язаної з проектуванням, виробництвом і маркетингом нового продукту.

Для точної оцінки та всебічного вивчення конкурентоспроможності продукції необхідно розрізнити параметри конкурентоспроможності продукції та її показники конкурентоспроможності.

Параметри конкурентоспроможності є переважно кількісними характеристиками продуктивності продукції, а її галузеві характеристики враховуються при оцінці конкурентоспроможності останньої.

Умовою високо-конкурентоспроможності товару є наявність для товару певного набору параметрів, які є кількісними характеристиками товару з урахуванням особливостей, що визначають конкурентоспроможність товару, що оцінюється. Ці параметри слід вибирати з великою обережністю, оскільки є багато аспектів, які впливають на їх вибір. Оцінюючи параметри конкурентоспроможності товару, необхідно враховувати групи, які вони представляють, ринкове середовище та взаємодію покупець-продавець, оскільки однакові значення параметрів можуть задовольняти споживачів, але не виробників, і навпаки.

Технічні та нормативні параметри разом характеризують якість продукції, екологічність та безпеку. Технічні параметри визначають техніко-фізичні характеристики товару під час споживання або експлуатації. Технічні параметри включають ергономіку, естетику та параметри використання.

Ергономічні властивості продукту в різних аспектах (фізичному, психологічному, антропометричному) характеризують легкість, з якою він споживається або використовується людьми. Естетичні параметри характеризують оригінальність дизайну виробу (форма, композиція, зовнішній вигляд). Параметри призначення відображають напрямок використання продукту та описують функцію, яку він виконує. Вони відображають корисні ефекти продукту при споживанні або експлуатації в певних умовах.

Економічні параметри враховують економічні витрати пов'язані з виробництвом, споживанням, знищенням продукції. В одноразові витрати включаються ціна продукції, витрати на транспортування, налаштування та

пробний запуск. Поточні витрати – це ціна споживання продукції, яка включає в себе витрати на обслуговування, джерела енергії, допоміжні матеріали, ремонт, запчастини тощо.

Нормативними параметрами є безпека, патентна чистота та параметри екологічності. Параметри безпеки та захисту навколишнього середовища відображають відповідність продукту застосовним національним і міжнародним стандартам, законам і нормам, технічним регламентам і результатам сертифікації продукції. Порушення хоча б однієї з вимог призведе до негативних наслідків, а товари з порушенням таких положень не будуть розміщені на ринку.

Оцінка чистоти патенту відноситься до ступеня, в якій технічне рішення, яке не належить до сфери патенту, реалізовано в продукті, і технічне рішення надходить у заплановану країну продажу. Якщо продукт містить компонент або розчин, який не має запатентованої чистоти, подальший аналіз конкурентоспроможності може бути проведений лише після того, як були розроблені та оцінені заходи щодо забезпечення запатентованої чистоти.

Аналіз існуючих методик оцінки конкурентоспроможності показав, що жодна з існуючих методик не вирішує завдання комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку. Жодна з методик не зводить разом стратегічні та поточні змінні конкурентоспроможності, не враховує специфіки конкуренції експортерів на зовнішніх ринках, а також багат шаровість та взаємообумовленість факторів конкурентоспроможності.

Отже, є актуальним завдання формування такої комплексної методики. Вимогою до комплексної методики оцінки товарів та послуг – участь зовнішньоекономічної діяльності є необхідність багаторівневої оцінки: внутрішніх та зовнішніх показників поточної конкурентоспроможності; внутрішніх та зовнішніх показників стратегічної конкурентоспроможності продукції та послуг з урахуванням специфіки ведення зовнішньоторговельних операцій під час здійснення експорту.

На основі узагальнення існуючих методів оцінки конкурентоспроможності товарів та послуг, а також вивчення практики оцінки національної

конкурентоспроможності було побудовано аналітичну таблицю методів оцінки конкурентоспроможності продукції та послуг підприємства на міжнародному ринку (табл. 1.3) за умов конкурентоспроможності підприємства – учасника зовнішньоекономічної діяльності, що експортує свою продукцію на зовнішні ринки.

Згідно з таблицею 1.3, найбільш оптимальною методикою, що дозволяє оцінювати внутрішню поточну конкурентоспроможність, є метод аналізу 4P, який спирається на методику маркетингу-мікс і являє собою аналіз параметрів (змінних), що характеризують внутрішнє середовище підприємства.

Назва методу пов'язана з англійським написанням чотирьох ключових елементів, що починаються з латинської літери P: продукт (product), ціна (price), місце (place), просування (promotion) [11].

Перший показник методу 4P "продукт" (product) збігається з показниками 1.2. "Якість продукту", 1.3. "Рівень сервісу", 1.4. «Сила бренду» і має на увазі його оцінку за такими критеріями, як брендування (розроблені ім'я, логотип, фірмовий стиль), функціонал або властивості продукту, рівень якості продукту з точки зору цільового ринку тощо.

Другий показник price (ціна) пов'язаний із оцінкою показника 1.1. "Ціна продукту". Оцінюючи даного показника рекомендується звертати увагу такі параметри: відповідність ціни обраної стратегії над ринком, гнучкість ціноутворення, співвідношення із середніми показниками з ринку [13].

Таблиця 1.3 - Аналітична таблиця вибору методів оцінки конкурентоспроможності продукції та послуг підприємства на міжнародному ринку

Показник конкурентоспроможності	Метод визначення
1. Внутрішні показники поточної конкурентоспроможності	
1.1 Ціна товару	4P-аналіз
1.2 Якість продукту	4P-аналіз
1.3. Рівень сервісу	4P-аналіз
1.4. Сила бренду	4P-аналіз

2. Зовнішні показники поточної конкурентоспроможності	
2.1 Імідж країни – резиденція експортера	Індекс національних брендів Anholt-GfK Nation Brands Index (NBI) Порівняльний аналіз динаміки показників експорту країни
2.2 Поточна конкурентоспроможність експорту країни – резиденції експортера	Індекс конкурентоспроможності промисловості – Competitive Industrial Performance Index (CIP Index UNIDO)
3. Внутрішні показники стратегічної конкурентоспроможності	
3.1 Якість стратегії та цілей	Аналіз прибутковості
3.2. Ступінь гнучкості та адаптивності компанії	Метод визначення ступеня еластичності показників підприємства до змін ринку
3.3 Ефективне використання ресурсів	Фінансово-економічний аналіз
3.4 Інноваційність, технологічність	Метод оцінки структури основних засобів Оцінка швидкості впровадження інновацій
4. Зовнішні показники стратегічної конкурентоспроможності	
4.1 Стан ділового середовища у країні – резиденції експортера	Глобальний індекс конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) Індекс «Ведення бізнесу» (Doing Business), зокрема субіндекси: рівень міжнародної торгівлі, податки на бізнес
4.2. Показник доступності ресурсів, технологій, інфраструктури у країні – резиденції експортера	Глобальний індекс конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) Індекс «Ведення бізнесу» (Doing Business), зокрема показник доступності кредиту
4.3. Рівень державної підтримки інновацій у країні – резиденції експортера	Глобальний інвестиційний індекс (The Global Innovation Index), зокрема змінні інститути, інфраструктура Динаміка частки ВВП, спрямованої на підтримку інновацій та фінансування технологій
4.4. Рівень державної підтримки експорту в країні – резиденції експортера	Динаміка частки державитрат на фінансову підтримку експорту. Кількість нефінансових заходів для підтримки експорту конкретної галузі. Рівень митних обмежень експорту конкретною продукції

Джерело: складено автором на основі [11]

Отже, щоб визначити конкурентоспроможність продукту, потрібно знати: специфічні вимоги майбутніх споживачів до продукції, що пропонується на ринку; очікуваний рівень попиту на товар та його можливі зміни - оцінка потенційного рівня ринкових цін на товар; конкурентне середовище відповідного товарного ринку; основні ознаки продукції основного конкурента; найбільш перспективні ринки збуту товару та етап його відновлення; термін окупності загальної вартості проекту, пов'язаної з проектуванням, виробництвом і маркетингом нового продукту. Найбільш оптимальною методикою, що дозволяє оцінювати внутрішню

поточну конкурентоспроможність, є метод аналізу 4P, який спирається на методику маркетингу-мікс і являє собою аналіз параметрів (змінних), що характеризують внутрішнє середовище підприємства.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ "МОРЕНО КОНСАЛТ"

2.1. Аналіз розвитку світового ринку нерухомості

Вартість всієї світової нерухомості досягла 326,5 трлн доларів у 2020 році, що на 5% більше, ніж у 2019 році, і є стало рекордно високим показником за останні 10 років. Зростання було обумовлено житловою нерухомістю, яка на сьогоднішній день є найбільшим сектором нерухомості, на частку якої припадає 79% усієї світової вартості нерухомості. Її вартість збільшилася на 8% за рік приблизно до 258,5 трлн доларів.

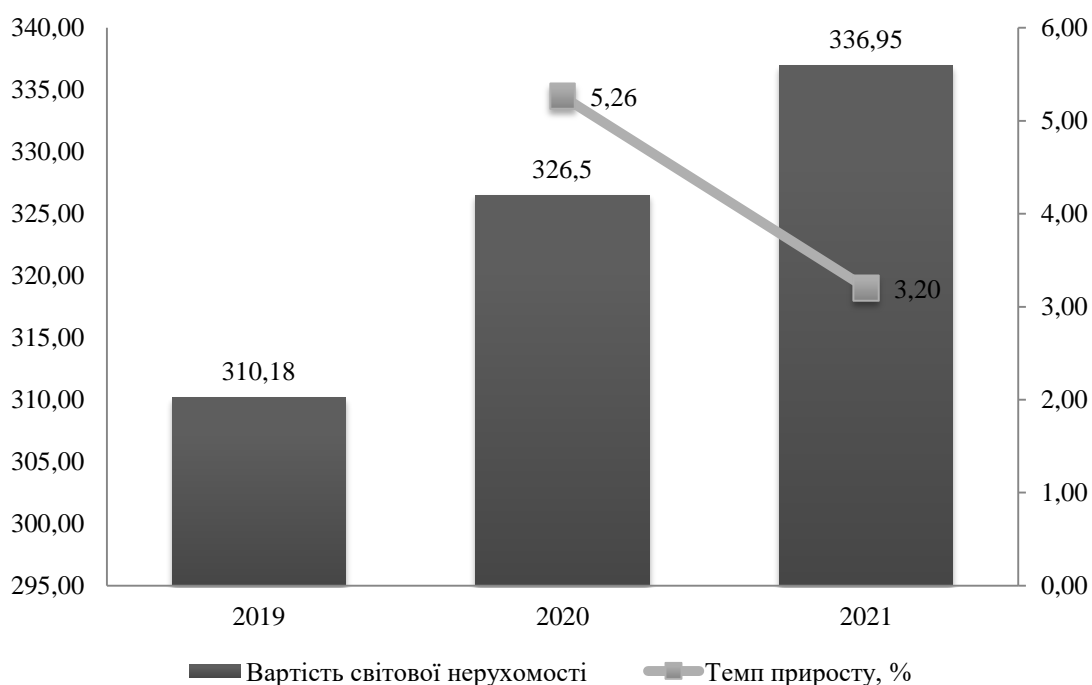


Рисунок 2.1 – Динаміка світової вартості нерухомості в 2019-2021 рр., трлн.
дол.

Джерело: побудовано автором на основі [40]

Нерухомість, що є найбільшим сховищем багатства у світі, дорожча, ніж усі світові акції та боргові цінні папери разом узяті, і майже вчетверо перевищує світовий ВВП. Вартість всього колись видобутого золота незрівнянно мале в порівнянні з ним, і становить на рівні 12,1 трлн дол., що становить лише 4% від вартості світової нерухомості.

Китай, де проживає 1,4 мільярда осіб, є найбільшим ринком житла у світі, і нині на його частку припадає 30% від загальної вартості житла у світі. Загальна вартість житла тут зросла на 13% у 2020 році завдяки сильному зростанню цін у поєднанні з постачанням нової пропозиції.

Далі йдуть США, частку яких припадає 11% світової вартості житла, тоді як лише десять країн - Китай, США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція, Південна Корея, Канада, Італія та Австралія - становлять 75% світового житлового фонду.

На регіональному рівні значний обсяг житлової нерухомості зосереджено в Європі та Північній Америці, частку яких припадає 43% сукупної вартості, незважаючи на те, що тут проживає всього 17% населення світу.

Загальна вартість світової комерційної нерухомості впала на 5% у 2020 році до 32,6 трлн. доларів, тоді як світове економічне виробництво скоротилося більш ніж на 3%. Однак це падіння було лише «на папері», оскільки власники комерційної нерухомості трималися твердо під час першої хвилі пандемії, а найкращі у своєму класі активи продовжували торгуватися із незмінною вартістю.

Сполучені Штати є найбільшим світовим ринком комерційної нерухомості, на який припадає 27% світової вартості комерційної нерухомості. За ним слідують Китай з 16% і Японія з 6%, що разом становить трохи менше половини всієї вартості комерційної нерухомості.

Прогнози показують, що завдяки відновленню глобального економічного зростання в 2020 році комерційна нерухомість досягла нових максимумів, а у 2021 році очікується зростання вартості на 5%. Це змінить падіння 2020 року та підніме загальну вартість комерційної нерухомості до 34,3 трлн. дол. до кінця 2021 року до пікових показників.

Сільськогосподарські угіддя оцінюються в 35,4 трлн дол., і зараз вони цінніші, ніж вся комерційна нерухомість, після періоду виняткового зростання в роки після світової фінансової кризи.

Проте загальна вартість знизилася на 7% у 2020 році через падіння цін на землю в Південній Америці, де позначилися політичні потрясіння та значний вплив пандемії.

За попередніми оцінками, світовий ринок нерухомості зросте з 326,5 трлн. дол. 2020 року до 336,95 трлн. дол. 2021 року при річному темпі зростання 3,2%.

Ринок нерухомості складається з продажу послуг у сфері нерухомості суб'єктами (організаціями, індивідуальними підприємцями та товариствами), які орендують, орендують та дозволяють використовувати будинки та/або землю. Галузь також включає управління нерухомістю для інших, продаж, оренду і купівлю нерухомості для інших і оцінку нерухомості. Ринок нерухомості поділяється на оренду нерухомості, агентства нерухомості та брокерські послуги.

Найбільші компанії на ринку нерухомості включають:

- CBRE Group;
- Джонс Ленг Ласаль Інк;
- Компанія «Нью Уорлд Девелопмент Компані Лімітед»;
- Colliers International;
- Newmark Grubb Knight Frank.

Прогноз вартості світової нерухомості до 2025 року відображено на рис. 2.2.

Зростання в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність і відновлюються після впливу COVID-19, що раніше призвів до обмежувальних заходів щодо стримування, включаючи соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне 371,73 трлн. дол. в 2025 році за середньорічного темпу зростання від 2 до 7%.

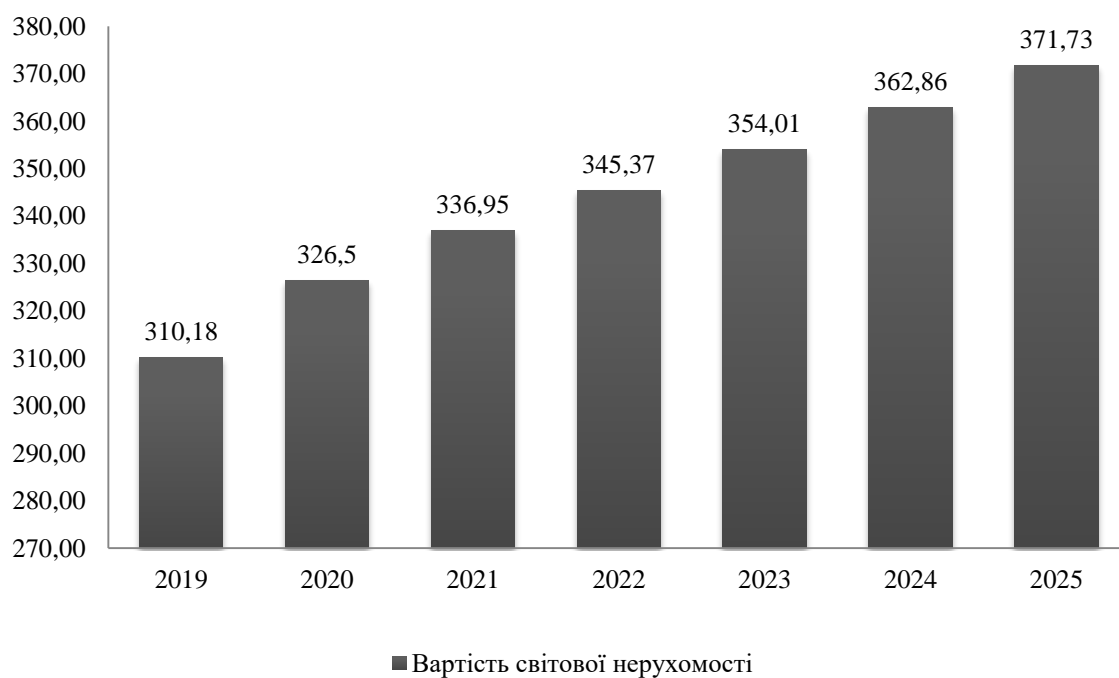


Рисунок 2.2 – Прогноз світової вартості нерухомості
в 2019-2025 рр., трлн. дол.

Джерело: побудовано автором на основі [40]

Дії національних урядів зі стримування передачі інфекції призвели до зниження економічної активності, коли країни увійшли до стану «закриття», і очікується, що спалах продовжить негативно впливати на бізнес протягом 2021-2023 років. Очікується, що ринок нерухомості оправиться від шоку протягом прогнозованого періоду, оскільки ця подія «чорного лебедя», не пов'язана з поточними чи фундаментальними недоліками ринку чи світової економіки.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на світовому ринку нерухомості, частку якого в 2020 році припадало 40% ринку. Другим за величиною регіоном була Західна Європа, на яку припадало 24% світового ринку нерухомості. Африка була найменшим регіоном на світовому ринку нерухомості (рис. 2.3).

Покоління Z (народжені між серединою 1990-х і початком 2000-х років) – це наступне покоління орендарів після мільйонів, і, за прогнозами, вони витратять більше, ніж будь-які інші покоління, на послуги оренди протягом свого життя.

Покоління Z дуже залежить від технологій і більше покладається на Інтернет та соціальні мережі при прийнятті рішень про покупки та спосіб життя.

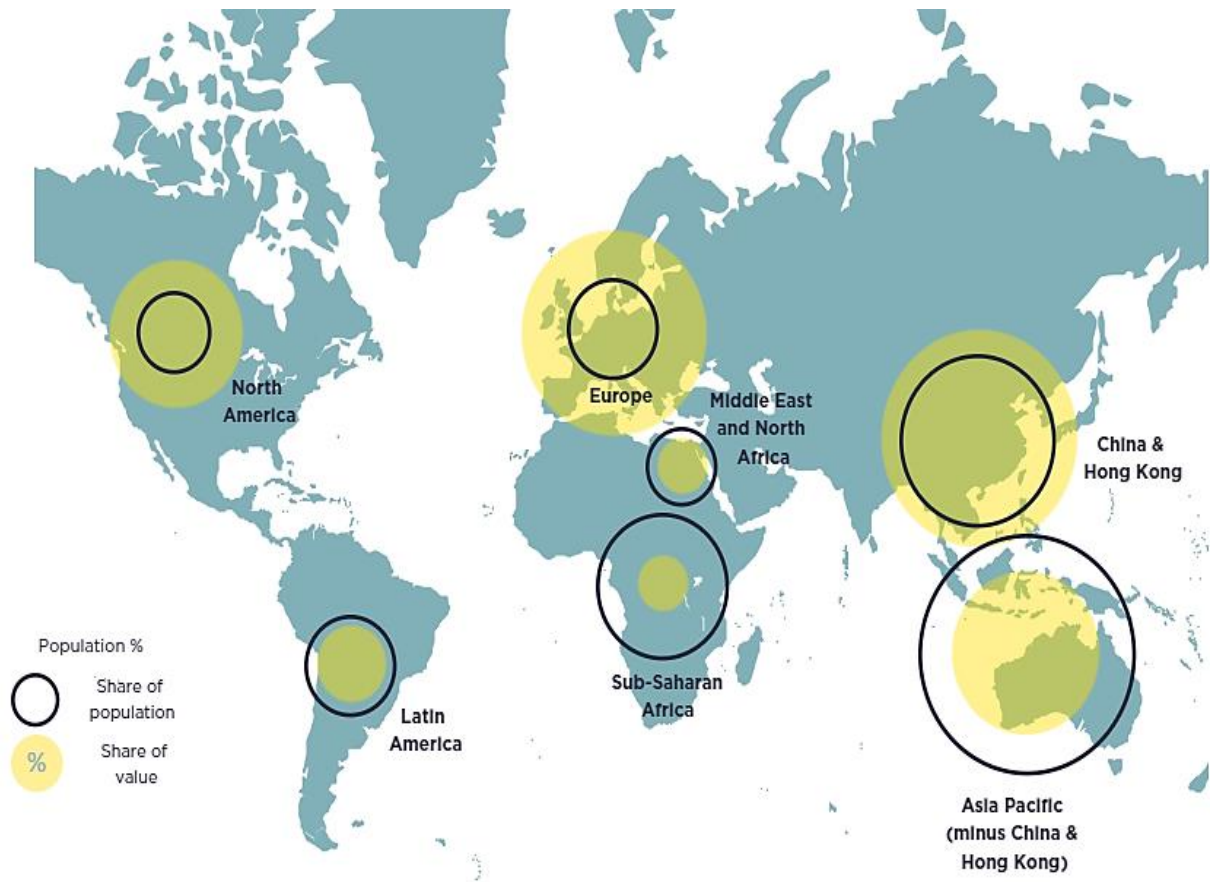


Рисунок 2.3 - Глобальне розподілення вартості нерухомості та її обсягу по відношенню до населення в 2020 році

Джерело: побудовано автором на основі [31]

Оскільки покоління Z знайоме з технологіями все своє життя, лізингові та маркетингові кампанії для послуг з оренди нерухомості повинні включати використання технологій, щоб охопити це покоління там, де воно є найактивнішим, наприклад, у додатках, соціальних мережах або будь-якому іншому інтернет-джерелі. Покоління Z становить майже чверть населення США, тому очікується, що ринок послуг з оренди нерухомості зростатиме завдяки цьому поколінню протягом п'яти років після 2020 року.

Вартість оренди чи купівлі нерухомості зросла до рівня, небаченого з часів піку житлового міхура, приблизно 14 років тому, що є останньою запобіжною ознакою інфляційного тиску.

Глобальні дані є тривожним сигналом для політиків, особливо через те, що нові програми стимулювання витрат продовжують змінювати кожен куточок фінансового ринку. Адміністрації Трампа та Байдена, наприклад, збільшили витрати на стимулювання економіки США на трильйони доларів, внаслідок чого американські вкладники залишилися «на плаву». Тим часом очікується, що перші виплати з Європейського фонду відновлення та стійкості у розмірі 720 мільярдів євро (875 мільярдів доларів) розпочнуться найближчим часом, що дозволить забезпечити стійкість на ринку нерухомості в Європі.

Проте частина даної негативної тенденції вже проявляється у даних. Консалтингова компанія Knight Frank повідомила, що її глобальний індекс цін на житло, який відображає середні ціни у 56 країнах та територіях, зріс на 7,3% у річному обчисленні до березня 2021 року.

З огляду на те, що в 12 країнах за рік до першого кварталу 2021 року зафіксовано двозначне зростання цін, не дивно, що розмови про постпандемічні бульбашки на ринку нерухомості посилюються.

Збільшивши на 13,2% протягом кварталу Сполучені Штати зафіксували найвищі темпи річного зростання цін з грудня 2005 року.

У Європі, де розгортання вакцинації донедавна набирало обертів, зростання вартості нерухомості в багатьох випадках було набагато меншим. Хоча це можна пояснити і тим, що з низки країн континенту дані національної влади відображають стан ринку нерухомості лише на кінець 2020 року.

З січня до березня 2021 року середня вартість нерухомості на Кіпрі впала на 5,8% порівняно з таким же періодом 2020 року. При цьому в решті держав ЄС ціни зросли. Середній показник зростання по регіону – 6,1% до вартості житла в регіоні. Але тут на ситуацію дуже вплинуло скасування програми «золотих» паспортів.

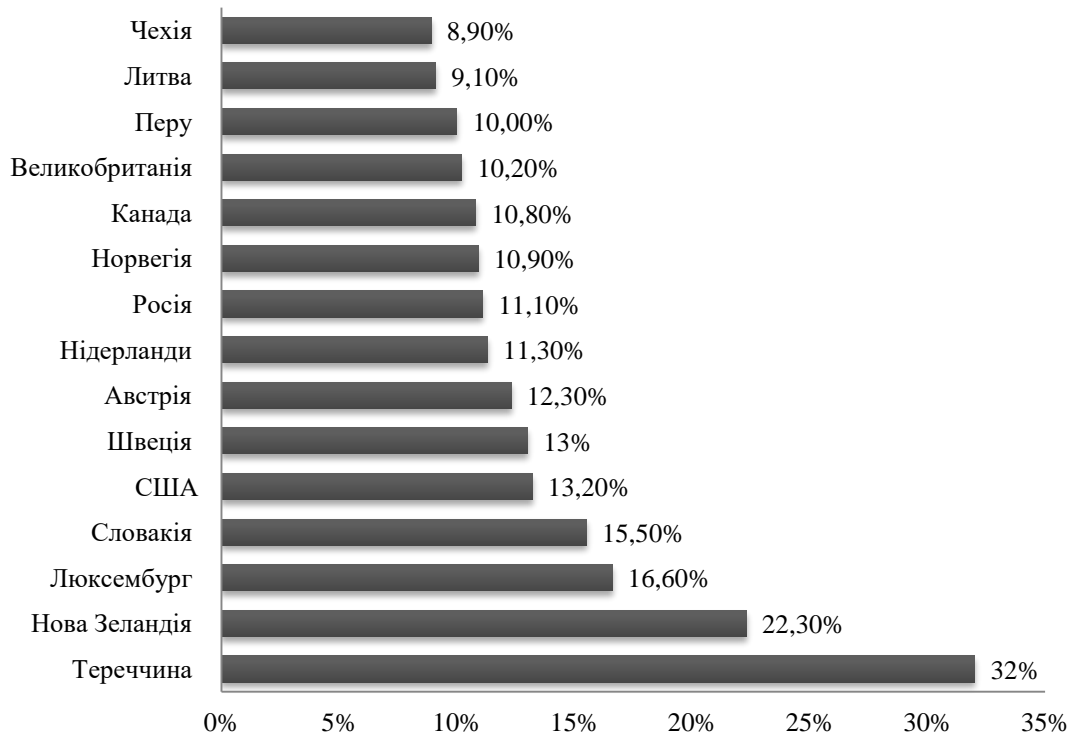


Рисунок 2.4 – Темп зростання вартості нерухомості в країнах світу за перший квартал 2021 року

Джерело: побудовано автором на основі [40]

Стійкість цін на нерухомість в ЄС обумовлена такими факторами:

- більшість девелоперів та агентств нерухомості адаптувалися до онлайн-формату роботи, що дозволило продовжити ефективно оформляти купівлю-продаж закордонної нерухомості під час пандемії;
- переорієнтація на внутрішній ринок – протягом курортного сезону курортні об'єкти були потрібні у жителів великих міст;
- бум попиту на програми ВНЖ та отримання громадянства через покупку нерухомості, що значно підтримує ринки таких країн, як Португалія, Іспанія, Греція, Кариби та Кіпр;
- пандемія спонукала людей до піклування про комфорт та безпеку – багато хто вирішив переїхати за місто, до моря або збільшити площу житла.

2.2. Організаційно-економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «МОРЕНО КОНСАЛТ» було засновано в 2 грудня 2014 року. Основним напрямком діяльності підприємства є надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна. Загальна характеристика підприємства відображена на рис. 2.5.

Назва:	•«ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «МОРЕНО КОНСАЛТ»
ЄДРПОУ:	•39523438
Скорочена назва:	•ТОВ "МОРЕНО КОНСАЛТ"
Організаційно-правова форма:	•ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Дані про початок діяльності:	• 02.12.2014; 02.12.2014; 10651020000019644
Основний напрямок діяльності:	•68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
Додаткові(ий) напрямки(ок) діяльності:	•68.31 Агентства нерухомості •46.90 Неспеціалізована оптова торгівля •68.10 Купівля та продаж власного нерухомого майна •41.10 Організація будівництва будівель
Офіційна адреса:	•Україна, 04107, місто Київ, ВУЛИЦЯ БАГГОВУТІВСЬКА, будинок 17-21
Контактні дані:	•0444558945
Посадові особи:	•КОСЕНКО ЄВГЕНІЙ ЛЕОНІДОВИЧ; 03.04.2015 - керівник •КОСЕНКО ЄВГЕНІЙ ЛЕОНІДОВИЧ; 03.04.2015 - представник
Обсяг статутного капіталу (грн.):	•400,00

Рисунок 2.5 – Загальна характеристика ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Джерело: складено автором на основі [41]

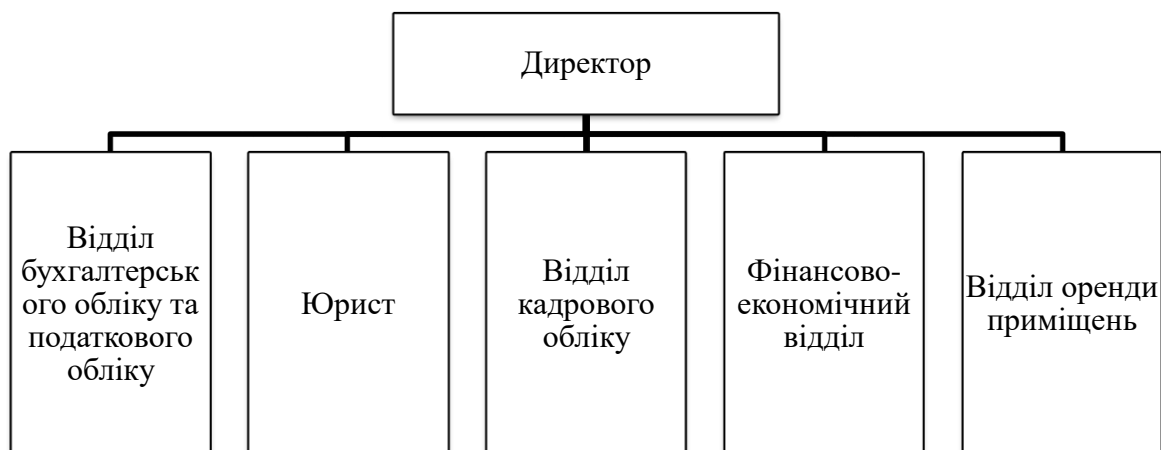


Рисунок 2.6 - Організаційна структура ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Джерело: складено автором на основі [41]

Далі проаналізуємо динаміку активів та їх структуру на підприємстві протягом 2018-2020 рр.

Таблиця 2.1 – Динаміка активів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	2018	2019	2020	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
				2019-2018	2020-2019	2019/2018	2020/2019
1. Необоротні активи							
Нематеріальні активи	0	2	1,6	2	-0,4	0,0	-20,00
Основні засоби:	208,5	193,8	233			-7,05	20,23
Усього за розділом 1	2015,9	195,8	234,6	-1820,1	38,8	-90,29	19,82
2. Оборотні активи							
Запаси	47	49,3	67,4	2,3	18,1	4,89	36,71
Інша поточна дебіторська заборгованість	7990,7	6474,1	7956	-1516,6	1481,9	-18,98	22,89
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:							
Гроші та їх еквіваленти	945,8	816,1	1159,1	-129,7	343	-13,71	42,03
Витрати майбутніх періодів	71,6	5,7	1,4	-65,9	-4,3	-92,04	-75,44
Інші оборотні активи	7,3	0,8	2,2	-6,5	1,4	-89,04	175,00
Усього за розділом 2	44,5	42,9	230,9	-1,6	188	-3,60	438,23
Усього за розділом 2	9106,9	7388,9	9417	-1718	2028,1	-18,86	27,45
Баланс	9322,8	7584,7	9651,6	-1738,1	2066,9	-18,64	27,25

Джерело: розраховано автором на основі [41]

За досліджуваний період необоротні активи мали динаміку до скорочення із рівня в 2015,9 тис. грн. в 2018 році до рівня в 234,6 тис. грн. в 2020 році, тобто показник скоротився на 90,3% в 2019 році та збільшився на 19,8% в 2020 році. Оборотні активи підприємства мали аналогічну динаміку до зменшення в 2019 році на 18,86%, та динаміку до зростання в 2020 році на 27,45%.

Таблиця 2.2 – Динаміка структура активів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр., %

Показники	2018	2019	2020	Абсолютний приріст, %	
				2019-2018	2020-2019
1. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	0,00	0,03	0,02	0,03	-0,01
Основні засоби:	2,24	2,56	2,41	0,32	-0,14
Усього за розділом 1	2,32	2,58	2,43	0,26	-0,15
2. Оборотні активи					
Запаси	0,50	0,65	0,70	0,15	0,05
Інша поточна дебіторська заборгованість	85,71	85,36	82,43	-0,35	-2,93
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:					
Гроші та їх еквіваленти	10,15	10,76	12,01	0,61	1,25
Витрати майбутніх періодів	0,77	0,08	0,01	-0,69	-0,06
Витрати майбутніх періодів	0,08	0,01	0,02	-0,07	0,01
Інші оборотні активи	0,48	0,57	2,39	0,09	1,83
Усього за розділом 2	97,68	97,42	97,57	-0,27	0,15
Баланс	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Необоротні активи в динаміці мали тенденцію до зростання в структурі із рівня в 2,32% в 2018 році до рівня в 2,43% в 2020 році. Оборотні активи навпаки мали тенденцію до зменшення із рівня в 97,68% до рівня в 97,57% в 2020 році.

Наступним кроком проаналізуємо динаміку пасивів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ», що відображена в табл.. 2.3.

Таблиця 2.3 – Динаміка пасивів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр.,
тис. грн.

Показники	2018	2019	2020	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
				2019-2018	2020-2019	2019/2018	2020/2019
Зареєстрований (пайовий) капітал	0,4	0,4	0,4	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	204,4	-1324,8	-1157,4	-1529,2	167,4	-748,14	-12,64
Усього власного капіталу	204,8	-1324,4	-1157	-1529,2	167,4	-746,68	-12,64
Поточні зобов'язання за товари, роботи, послуги	3708,1	4496,7	3254,4	788,6	-1242,3	21,27	-27,63
Поточні зобов'язання за розрахунками							
з бюджетом	111,7	106,1	121,9	-5,6	15,8	-5,01	14,89
зі страхування	9,1	15,7	14,4	6,6	-1,3	72,53	-8,28
з оплати праці	35,4	58,9	52,4	23,5	-6,5	66,38	-11,04
Усього поточних зобов'язань та забезпечень	9118	8909,1	10808,6	-208,9	1899,5	-2,29	21,32
Баланс	9322,8	7584,7	9651,6	-1738,1	2066,9	-18,64	27,25

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Протягом 2018-2020 рр. відбувалося зменшення обсягів власного капіталу із рівня в 204,8 тис. грн. в 2018 році до рівня в -1157 тис. грн. в 2020 році, або на -746% в 2019 році та на -12,64% в 2020 році.

Поточні зобов'язання навпаки мали динаміку до зростання із рівня в 9118 тис. грн. в 2018 році до рівня в 10808,69 тис. грн. в 2020 році, що є негативним явищем в роботі підприємства адже зобов'язання підприємства перевищують його власний капітал.

Наступним кроком проаналізуємо динаміку структури пасивів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ», що відображена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Динаміка структури пасивів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр., %

Показники	2018	2019	2020	Абсолютний приріст	
				2019-2018	2020-2019
Зареєстрований (пайовий) капітал	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
Додатковий капітал	2,19	-17,47	-11,99	-19,66	5,47
Резервний капітал	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Усього власного капіталу	2,20	-17,46	-11,99	-19,66	5,47
Поточні зобов'язання за товари, роботи, послуги	39,77	59,29	33,72	19,51	-25,57
Поточні зобов'язання за розрахунками					
з бюджетом	1,20	1,40	1,26	0,20	-0,14
зі страхування	0,10	0,21	0,15	0,11	-0,06
з оплати праці	0,38	0,78	0,54	0,40	-0,23
Усього поточних зобов'язань та забезпечень	97,80	117,46	111,99	19,66	-5,47

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Протягом 2018-2020 рр. найбільшу питому вагу в пасивах підприємства займали поточні зобов'язання, частка яких збільшилася із рівня в 97,8% в 2018 році до рівня в 111,99% в 2020 році.

Таблиця 2.5 – Динаміка фінансових результатів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр., тис. грн.

Показники	2018	2019	2020	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темп приросту, %	
				2019-2018	2020-2019	2019-2018	2020-2019
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації продукції	27348,8	27692,8	24065,2	344	-3627,6	1,26	-13,10
Інші операційні доходи	0,3	0,3	0,2	0	-0,1	0,00	-33,33

Разом доходи	4000	27693,1	24065,4	23693,1	-3627,7	592,33	-13,10
Собівартість реалізованої продукції	23770,1	25333,3	21441,2	1563,2	-3892,1	6,58	-15,36

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Інші операційні витрати	3339,2	3672	2456,8	332,8	-1215,2	9,97	-33,09
Разом витрати	3117,3	29005,3	23898	25888	-5107,3	830,46	-17,61
Фінансовий результат до оподаткування	231,8	-1312,2	167,4	-1544	1479,6	-666,09	112,76
Чистий прибуток (збиток)	201,3	-1312,2	167,4	-1513,5	1479,6	-751,86	112,76

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Протягом досліджуваного періоду мала місце тенденція до зростання чистого доходу в 2019 році на 1,26% із рівня в 27,348 млн. грн. в 2018 році до рівня в 27,692 млн. грн. в 2020 році. Собівартість реалізованої продукції мала тенденцію до зростання в 2019 році на 6,58% до рівня в 25,333 млн. грн., проте за 2020 рік вона зменшилася до рівня в 21,441 млн. грн. тобто на -15,36%. Фінансовий результат до оподаткування в динаміці мав тенденцію до зменшення в 2019 році із рівня в 231,8 тис. грн. в 2018 році до рівня в -1312,2 тис. грн. в 2019 році. За 2020 рік фінансовий результат до оподаткування зріс на 112,76% до рівня в 167,4 тис. грн. Чистий прибуток підприємства протягом досліджуваного періоду мав аналогічну динаміку до зменшення в 2019 році на 751,9% до рівня в -1312,2 тис. грн., а в 2020 році – до зростання на 112,76% до рівня в 167,4 тис. грн.

Таблиця 2.6 – Динаміка оцінки ефективності використання основних засобів ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр.

Показники	Роки			Абсолютний приріст		Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019-2018	2020-2019	2019/2018	2020/2019
Чистий дохід	27348,8	27692,8	24065,2	344,00	-3627,60	1,26	-13,10
Основні засоби	208,5	193,8	233	-14,70	39,20	-7,05	20,23
Фондовіддача	131,169	142,894	103,284	11,72	-39,61	8,94	-27,72
Фондомісткість	0,00762	0,007	0,00968	0,00	0,00	-8,20	38,35

Середня чисельність персоналу	21	21	22	0,00	1,00	0,00	4,76
Фондоозброєність	9,92857	9,22857	10,5909	-0,70	1,36	-7,05	14,76

Джерело: розраховано автором на основі [41]

За період 2018-2020 року фондівдача на підприємстві мала тенденцію до зменшення із рівня в 131,169 грн. в 2018 році до рівня в 103,284 грн. в 2020 році, що є негативним в роботі підприємства.

Динаміка коефіцієнта автономії (рис. 2.7) свідчить, що протягом досліджуваного періоду підприємство було залежним від зовнішніх джерел фінансування.

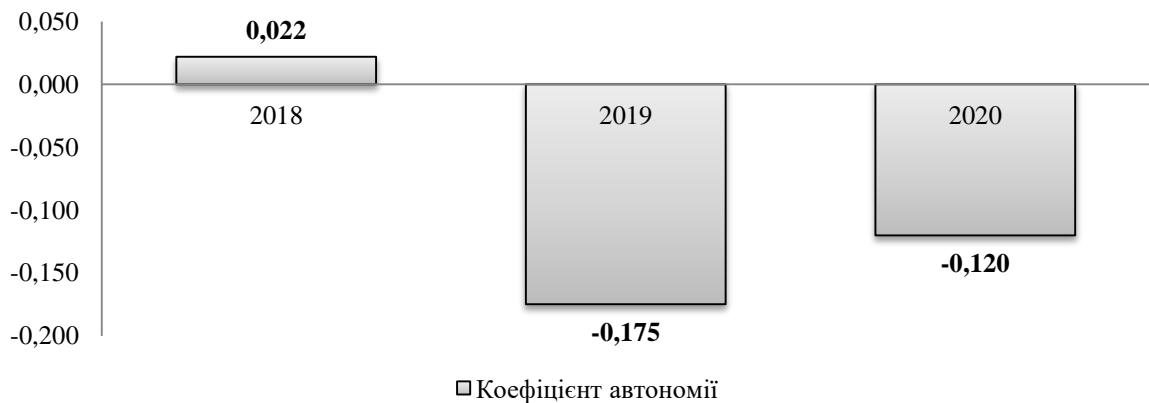


Рисунок 2.7 – Динаміка коефіцієнту автономії ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр.

Джерело: розраховано автором на основі [41]

В динаміці коефіцієнт позикового капіталу мав чітку динаміку до зростання із рівня в 0,82 в 2018 році до рівня в 1,12 в 2020 році, тобто відбулося зростання позикового капіталу.

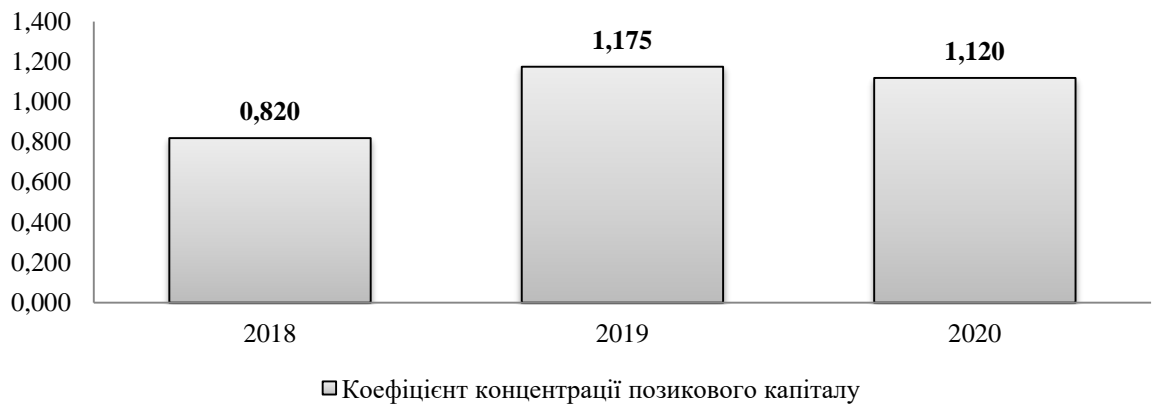


Рисунок 2.8 – Динаміка коефіцієнту позикового капіталу
ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр.

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Динаміка показників рентабельності та прибутковості відображена в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Динаміка показників рентабельності та прибутковості ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» в 2018-2020 рр.

Показник	Роки			Абсолютний приріст		
	2018	2019	2020	2019-2018	2020-2019	2020-2018
Рентабельність продукції, %	15,055	9,314	12,238	-5,74	2,92	-2,82
Валовий прибуток	3578,7	2359,5	2624	-1219,20	264,50	-954,70
Собівартість	23770,1	25333,3	21441,2	1563,20	-3892,1	-2328,9
Рентабельність основної діяльності, %	2,159	-17,301	1,734	-19,46	19,04	-0,42
Чистий прибуток	201,3	-1312,2	167,4	-1513,50	1479,60	-33,90
Баланс	9322,8	7584,7	9651,6	-1738,10	2066,90	328,80
Рентабельність сукупного капіталу, %	2,159	-17,301	1,734	-19,46	19,04	-0,42
Рентабельність власного капіталу, %	98,291	99,079	-14,468	0,79	-113,55	-112,76
Власний капітал	204,8	-1324,4	-1157	-1529,20	167,40	-1361,8
Рентабельність операційних витрат, %	99,124	104,739	99,305	5,62	-5,43	0,18
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	23770,1	25333,3	21441,2	1563,20	-3892,1	-2328,9
Інші операційні витрати	3339,2	3672	2456,8	332,80	-1215,2	-882,40
Чистий дохід від реалізації продукції	27348,8	27692,8	24065,2	344,00	-3627,6	-3283,6
Коефіцієнт прибутковості	0,736	-4,738	0,696	-5,47	5,43	-0,04

Прибуток на активи(ROA)	3,512	-14,029	1,942	-17,54	15,97	-1,57
Середнє значення оборотних та необоротних активів	5731,4	9353,75	8618,15	3622,35	-735,60	2886,75
Прибуток на капітал (ROE)	68,844	234,405	-13,492	165,56	-247,90	-82,34
Середнє значення власного капіталу	292,4	-559,8	-1240,7	-852,20	-680,90	-1533,1

Джерело: розраховано автором на основі [41]

За період 2018-2020 рр. рентабельність продукції мала динаміку до скорочення із рівня в 15,05% в 2018 році до рівня в 12,238% в 2020 році. Дане скорочення є негативним в роботі підприємства.

Рентабельність власного капіталу протягом 2018-2020 рр. мала тенденцію до скорочення із рівня в 98,29% в 2018 році до рівня в -14,468% в 2020 році. Дане скорочення відбулося за рахунок зростання нерозподіленого збитку підприємства.

Прибутковість активів та капіталу мала тенденцію до зменшення, що відбулося за рахунок скорочення чистого прибутку та зменшення обсягу капіталу.

Отже, ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» було засновано в 2 грудня 2014 року. Основним напрямком діяльності підприємства є надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна. Протягом досліджуваного періоду мала місце тенденція до зростання чистого доходу в 2019 році на 1,26% із рівня в 27,348 млн. грн. в 2018 році до рівня в 27,692 млн. грн. в 2020 році. Чистий прибуток підприємства протягом досліджуваного періоду мав аналогічну динаміку до зменшення в 2019 році на 751,9% до рівня в -1312,2 тис. грн., а в 2020 році – до зростання на 112,76% до рівня в 167,4 тис. грн. За період 2018-2020 рр. рентабельність продукції мала динаміку до скорочення із рівня в 15,05% в 2018 році до рівня в 12,238% в 2020 році. Дане скорочення є негативним в роботі підприємства. Прибутковість активів та капіталу мала тенденцію до зменшення, що відбулося за рахунок скорочення чистого прибутку та зменшення обсягу капіталу.

2.3. Оцінка рівня міжнародної конкурентоспроможності послуг підприємства

Оцінка рівня конкурентоспроможності послуг компанії розпочнеться з аналізу послуг компанії ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на основі матриці BCG. Матриця Boston Consulting Group (BCG) досліджує групи товарів і послуг з точки зору темпів зростання ринкового попиту, відношення частки ринку конкретної компанії до відповідної частки основних конкурентів, інвестицій у виробництво, прибутку тощо.

Відповідно, існує 4 групи товарів («зірки», «корови», «важкі діти» або «знаки питання», «собаки») і відповідні маркетингові стратегії.



Рисунок 2.9 - Матриця БКГ для послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Джерело: розраховано автором на основі [41]

Аналіз показує, що ТОВ «МОРЕНО КОНСУЛЬТ» має незбалансований бізнес-портфель. Близько 72% продажів послуг – це діяльність на зрілому етапі (послуги з оренди). Ця група входить до групи «зірки», до якої входять послуги оренди, які пропонують високі темпи зростання та прибуток від вигідного продажу послуг. Лізинг обладнання відноситься до категорії «собака», що свідчить про низьку рентабельність і низькі темпи зростання даного виду послуг.

Наступним кроком є аналіз переваг послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» у порівнянні з основними конкурентами на ринку.

ТОВ ВАСИЛЬ КІСІЛЬ І ПАРТНЕРИ здійснює наступну діяльність:

- оренда та експлуатація майна у власності чи оренді;
- надавати комплексні офісні адміністративні послуги;
- діяльність у правовій сфері;
- діяльність у сфері бухгалтерського та податкового консультування;
- бізнес та управлінський консалтинг;
- надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів.

Бізнес-парк «ПРОМИСЛОВИЙ» пропонує орендарям та покупцям широкий спектр послуг на взаємовигідних умовах. Головною перевагою комплексу є його універсальність, оскільки в ньому успішно розвинені офісні, торгові та логістичні центри. Торговий центр пропонує широкий асортимент товарів народного споживання, а також товарів текстильної, харчової, машинобудівної та електротехнічної промисловості.

Таблиця 2.8 - Оцінка конкурентоспроможності послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Фактори	Вага	МОРЕНО КОНСАЛТ, ТОВ		ПРОМИСЛОВИЙ, БІЗНЕС ПАРК		ВАСИЛЬ КІСІЛЬ І ПАРТНЕРИ, ТОВ	
		Оцінка	Зважена	Оцінка	Зважена	Оцінка	Зважена
Якість послуги оренди	0,07	4	0,28	4	0,28	4	0,28
Рівень цін на послуги	0,06	3	0,18	5	0,3	4	0,24
Ринкова частка підприємства	0,09	2	0,18	4	0,36	0	0
Динаміка зростання частки ринку	0,05	2	0,1	4	0,2	2	0,1
Фінансова стабільність підприємства	0,03	2	0,06	3	0,09	3	0,09
Прибутковість бізнесу	0,04	2	0,08	4	0,16	4	0,16
Рівень ефективності управління	0,05	2	0,1	5	0,25	4	0,2
Рівень кваліфікації співробітника	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15
Унікальність послуг	0,05	3	0,15	5	0,25	4	0,2
Досвід функціонування на ринку	0,04	3	0,12	4	0,16	4	0,16

Рівень інновацій та технології	0,06	4	0,24	5	0,3	4	0,24
Асортимент послуг	0,09	3	0,27	5	0,45	4	0,36
Ефективність реклами	0,04	2	0,08	4	0,16	4	0,16
Ефективність системи маркетингу	0,03	2	0,06	3	0,09	4	0,12
Консультувати клієнтів	0,01	2	0,02	4	0,04	4	0,04
Наявність супутніх послуг	0,06	3	0,18	5	0,3	4	0,24
Імідж компанії	0,02	2	0,04	4	0,08	4	0,08
ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА	1		2,29		3,67		2,82

Відобразимо дані графічно на рис. 2.10.

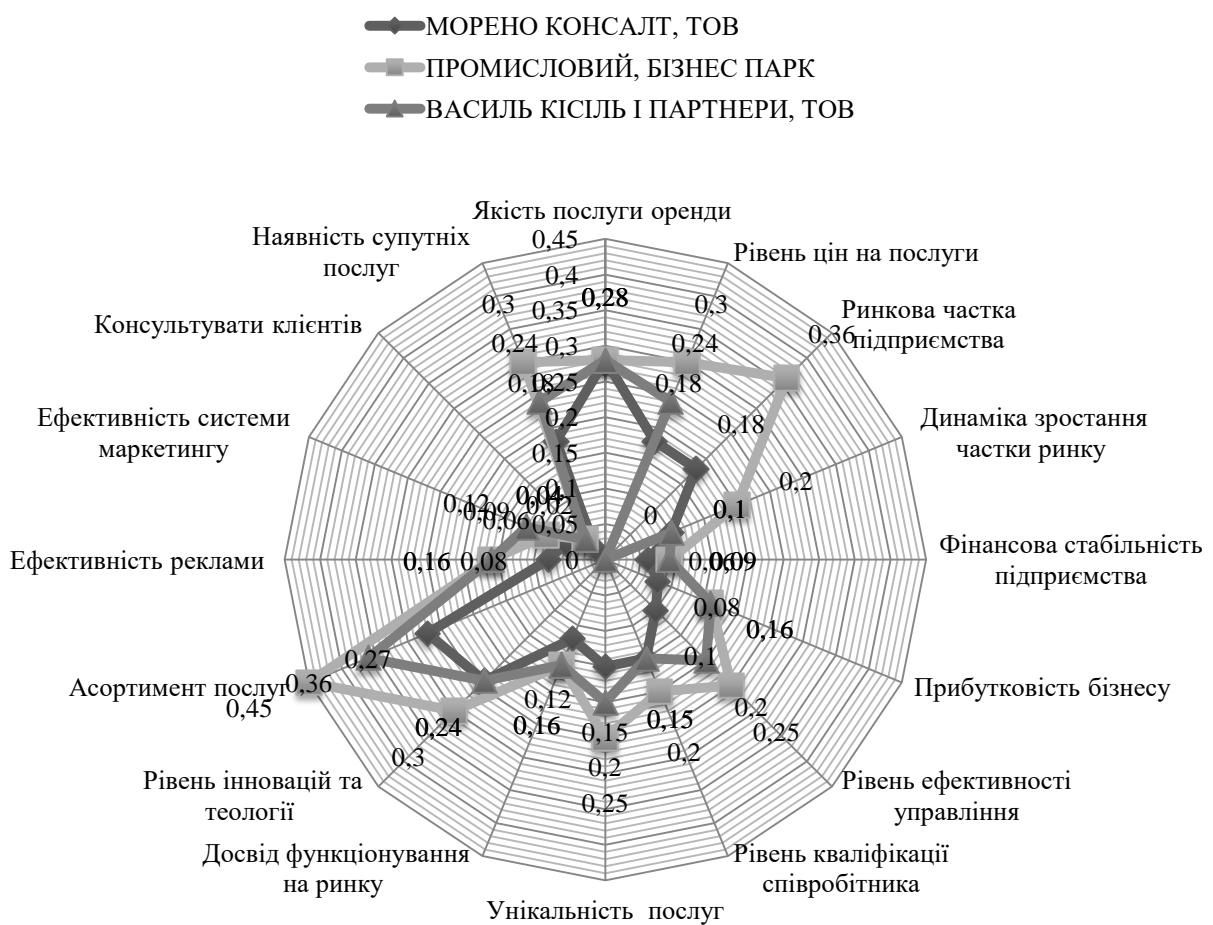


Рисунок 2.10 - Оцінка конкурентоспроможності послуг

ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Таким чином, ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на даний момент має найнижчу оцінку конкурентоспроможності послуг серед опитаних компаній. Бізнес Бізнес-парк «ІНДУСТРІАЛЬНИЙ» сьогодні займає 1-е місце з рейтингом 3,67. II місце – ТОВ

ВАСИЛЬ КИСІЛЬ І ПАРТНЕРИ з рейтингом 2,82. 3 місце – ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» з 2,29 бала. Найкращі рейтингові позиції компанії – за послугами оренди та рівнем інноваційних технологій. Однак він нижчий за прибутковістю бізнесу, запитами клієнтів та ефективністю реклами.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ "МОРЕНО КОНСАЛТ"

3.1. Проект підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємства

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства доцільним є вирішення наступних проблемних аспектів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 - Проблемні аспекти підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

№	Проблема	Напрямок вирішення
1	Неефективне просування та низька ефективність маркетингу на підприємстві	Найм маркетолога та запуск он-лайн реклами
2	Нестабільний фінансовий стан підприємства	Впровадження інформаційного забезпечення з аналізу поточного стану для виявлення резервів підвищення фінансового стану
3	Неефективні комунікації з клієнтами	Відправлення персоналу на тренінги та курси з підвищення кваліфікації
4	Значна залежність від зовнішніх джерел фінансування	Оптимізації заборгованості, скорочення боргового капіталу підприємства
5	Удосконалення якості послуг та встановлення оптимального рівня цін на них	Перегляд цінової політики, покращення факторів конкурентоспроможності послуг

Джерело: складено автором

Проаналізуємо кожен із запропонованих напрямків більш детально.

Висока конкурентоспроможність послуг значною мірою залежить від якісного сервісу, який є одним із не менш важливих факторів конкурентоспроможності. Реакція споживача може бути негайною, може виявитися через певний час або заднім числом. Споживачі зазвичай виходять із власних суб'єктивних оцінок і міркувань. Із задоволенням потреб у послугах споживачі стають частими клієнтами підприємства. Якщо споживач не задоволений послугою, він (за наявності інших товарів) більше не буде купувати товар цього виробника або не скористається деякими послугами в зоні обслуговування. Тому головне завдання – залишити у споживачів приємне враження, щоб клієнт захотів повернутися знову.

Саме тому доцільним на ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» є відправлення персоналу на тренінги та курси з підвищення кваліфікації в сфері співпраці з клієнтами та продажів послуг підприємства.

Після проходження відповідних тренінгів та навчання у рамках консультацій та маркетингових заходів фахівці компанії ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» зможуть виконувати:

- фінансовий аналіз, прогноз грошових потоків та оцінку ринкової вартості об'єкта нерухомості;
- дослідження конкурентного середовища та цільової аудиторії;
- здійснювати консультування клієнтів;
- продажі, що включають презентації об'єкта, укладання договорів оренди, купівлі/продажу від імені компанії, контроль оплати, юридичний супровід угод та ін.

Також новий залучений працівник, а саме маркетолог зможе здійснювати:

- розробку комплексної комунікаційної стратегії, що включає маркетингову, креативну і медійну стратегію, в тому числі, модель бренду, логотипу, всю необхідну документацію, рекламні матеріали, брифи для рекламних агентств;

- розробку системи маркетингових комунікацій, рекомендації щодо вибору комунікаційних інструментів, оптимізацію рекламного бюджету, включаючи заходи щодо просування у ЗМІ, презентації B2B, B2C, контроль ефективності рекламної кампанії.

Пропонована організаційна структура підприємства після впровадження посади маркетолога відображена на рис. 3.1.

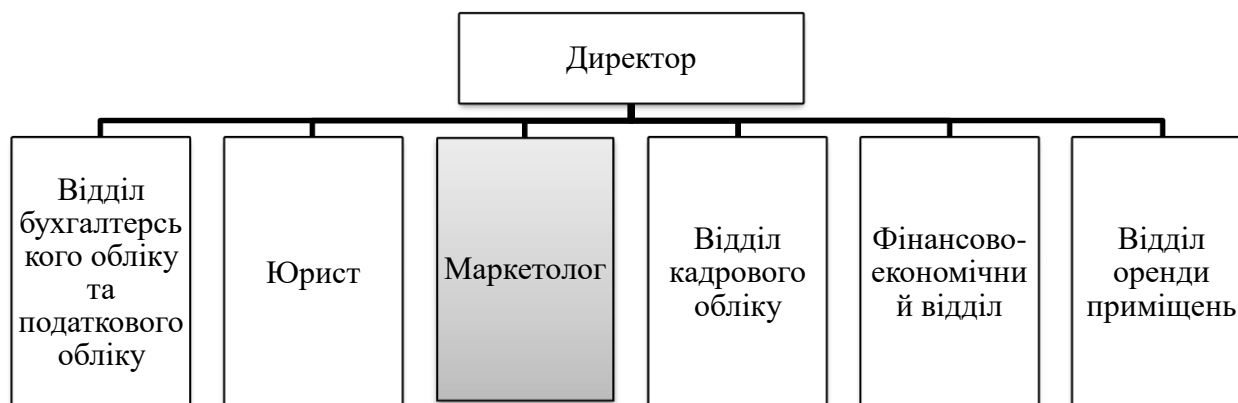


Рисунок 3.1 – Пропонована організаційна структура ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Джерело: розроблено автором

Для того щоб визначити оптимальну ціну на послуги ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ», спочатку необхідно:

- проаналізувати рівень конкуренції та ціноутворення на подібні послуги на ринку країни-імпортера;
- визначити стан попиту на надані послуги та те, як змінюється споживчий попит у відповідь на зміни ринкових цін.

Далі необхідно розглянути шляхи зменшення позикового капіталу, які можуть покращити фінансову стійкість підприємства. Способи зменшення боргового капіталу:

- реструктуризація боргу;
- мобілізуйте грошовий потік для покриття зобов'язань.

Дані дії будуть зводитись до збору коштів для покриття зобов'язань або зміни їхньої структури. Використання позикових коштів призводить до зниження фінансової стійкості підприємства, а також може призвести до банкрутства. Для того, щоб компанія змогла розплатитися за боргами, їй потрібна наявність певної кількості коштів.

Отже, виконання своїх зобов'язань пов'язані з грошовим потоком організації. Зобов'язання організації скорочуються у разі, коли зростання грошового потоку буде вище, ніж зростання потоку зобов'язань. Зменшити рівень зобов'язань можна за допомогою мобілізації грошового потоку.

Найефективніший спосіб мобілізації грошового потоку – це прискорення збору дебіторську заборгованість. Чим жорсткішими будуть умови політики з управління дебіторської заборгованості, тим швидше можна погасити зобов'язання, а значить підвищити фінансову стійкість. Зниження зобов'язань шляхом реструктуризації заборгованості на ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» може здійснюватися за допомогою наступних операцій:

- заміна грошових виплат на акції;
- пролонгація позикового капіталу;
- заміна одного зобов'язання іншим.

Пролонгація позикового капіталу – це зменшення тиску на позичальника з боку сторони, що кредитує, шляхом зменшення розміру щомісячного платежу. Як правило, пролонгація позики передбачає продовження терміну кредитування, за рахунок цього сума щомісячних платежів стає меншою. Другий варіант пролонгації передбачає продовження терміну погашення заборгованості, передбаченого кредитним договором. Процес заміни одного зобов'язання іншим називається новацією. Ця угода сторін про заміну первинного зобов'язання іншим, що передбачає інший предмет чи спосіб виконання. Особливість даного процесу полягають у тому, що сторони домовляються про припинення раніше чинного зобов'язання та заміну його новим.

Окрім того, за сучасних умов основним шляхом підвищення конкурентоспроможності послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на міжнародному

ринку може бути підвищення стандартизації як основного інструменту визначення та забезпечення рівня якості послуг підприємства, зокрема впровадження сучасних систем управління якістю, створення умов для сприяння інноваційному розвитку; своєчасне реагування на зміни ринкової кон'юнктури; в умовах євроінтеграції необхідно не допустити розриву між цінами на внутрішньому ринку України і світові ціни на послуги, а також впровадження сучасних інструментів захисту інтересів підприємства.

Таким чином, найважливішим фактором покращення конкурентних позицій послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на міжнародному ринку є забезпечення підприємствами сприятливих умов для реалізації запропонованих заходів. Тому для підвищення конкурентоспроможності послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» необхідно вдосконалювати технічні, економічні, естетичні та організаційні складові своїх послуг, а також забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності підприємства загалом. В цілому, вони повинні забезпечувати підвищення рівня якості послуг, що найбільше відповідає потребам і вимогам споживачів при мінімізації витрат. Варто також пам'ятати, що експорт компанії вважається конкурентоспроможним, якщо він відповідає вимогам зовнішніх ринків, міжнародним стандартам і рівню розвитку у світі.

3.2. Економічна ефективність запропонованих заходів та їх вплив на фінансові результати підприємства

Економічну ефективність запропонованих заходів розрахуємо на основі методу окупності інвестицій на основі визначенні витрат на кожен із запропонованих заходів.

1. Впровадження посади маркетолога коштуватиме для підприємства:
 - витрати на заробітну плату 15 тис. грн. на місяць, тобто 180 тис. грн. на рік;
 - витрати на соціальні відрахування 22%, тобто 39,6 тис. грн. на рік;

- сумарні витрати на оплату праці становитимуть 219,6 тис. грн.

- витрати на облаштування робочого місця – 40 тис. грн.

Вигодами від впровадження даного заходу стануть зростання чистого доходу на 8-10%.

Таблиця 3.2 – Економічна доцільність впровадження посади маркетолога на ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Показники	Прогноз
Приріст чистого доходу, тис. грн.	2165,9
Собівартість продукції та послуг, тис. грн.	1516,1
Інші витрати, тис. грн.	263,2
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн.	386,6
Податок на прибуток (18%), тис. грн.	69,6
Чистий прибуток, тис. грн.	317,0
Інвестиції, тис. грн.	259,6
Коефіцієнт дисконтування	1,00
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	259,6
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	317,0
Дисконтований ГП, тис. грн.	317,0
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.	57,41
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %	1,22
Термін окупності проекту, років	0,82

Джерело: розраховано автором

Таким чином, впровадження посади маркетолога в діяльність ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» є економічно доцільність, адже надасть можливість збільшити обсяги продажу послуг компанії та підвищити ефективність маркетингу. Чистий приведений дохід за даним заходом становитиме 57,41 тис. грн., а термін окупності складе 0,82 року, тобто 10 місяців.

2. Впровадження інформаційного забезпечення з аналізу поточного стану для виявлення резервів підвищення фінансового стану. Впровадження даної системи становитиме 1500 дол. на рік, а налаштування та оновлення складатимуть 20% від вартості. Вигодами від впровадження даної системи будуть зменшення витрат на 4-6%, а також виявлення резервів для покращення діяльності підприємства.

Таблиця 3.3 – Економічна доцільність впровадження інформаційного забезпечення з аналізу поточного стану для виявлення резервів підвищення фінансового стану на прикладі «Альт-Фінанси» на ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ»

Показники	Прогноз
Вигоди, тис. грн.	1194,9
Витрати на оновлення та нашлаштування	10,1
Інші витрати, тис. грн.	2,5
Чисті вигоди, тис. грн.	1182,3
Інвестиції, тис. грн.	50,4
Коефіцієнт дисконтування	1,00
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	50,4
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	1182,3
Дисконтований ГП, тис. грн.	1182,3
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.	1131,90
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %	23,46
Термін окупності проекту, років	0,04

Джерело: розраховано автором

Таким чином, впровадження інформаційного забезпечення з аналізу поточного стану для виявлення резервів підвищення фінансового стану на прикладі «Альт-Фінанси» дозволить отримати зменшення витрат підприємства на 1194,9 тис. грн.. Чистий приведений дохід за даним заходом становитиме 1131,9 тис. грн., а термін окупності складе менше 1 місяці.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки.

Встановлено, що конкурентоспроможність – це здатність підприємств, продукції та послуг конкурувати на міжнародному рівні, яка може забезпечити стабільний і відносно високий дохід від реалізації факторів виробництва, а також високий дохід від використання робочої сили; можливість формі продавати товари та послуги за цінами, рівними або нижчими від тих, що пропонуються іншими потенційними постачальниками, прибуток яких перевищує витрати на використання ресурсів. Конкурентоспроможність бізнесу слід розглядати як міру реалізації його потенціалу для збереження та забезпечення свого домінування над конкурентами на даному ринку протягом тривалого часу та в довгостроковій перспективі.

Визначено, що фактори конкурентоспроможності продукції поділяються на кілька груп. Поділяються на зовнішні фактори та внутрішні фактори за середовищем, на цінові та нецінові за вартісними характеристиками, на основні та додаткові за характером дії, на постійні та змінні за тривалістю, за сферою впливу – маркетинг, економіка, промисловість, наука, технології, навколишнє середовище тощо.

Досліджено, що з метою визначення конкурентоспроможності продукту, потрібно знати: специфічні вимоги майбутніх споживачів до продукції, що пропонується на ринку; очікуваний рівень попиту на товар та його можливі зміни - оцінка потенційного рівня ринкових цін на товар; конкурентне середовище відповідного товарного ринку; основні ознаки продукції основного конкурента; найбільш перспективні ринки збуту товару та етап його відновлення; термін окупності загальної вартості проекту, пов'язаної з проектуванням, виробництвом і маркетингом нового продукту. Найбільш оптимальною методикою, що дозволяє оцінювати внутрішню поточну конкурентоспроможність, є метод аналізу 4P, який

спирається на методику маркетингу-мікс і являє собою аналіз параметрів (змінних), що характеризують внутрішнє середовище підприємства.

Встановлено, що вартість всієї світової нерухомості досягла 326,5 трлн доларів у 2020 році, що на 5% більше, ніж у 2019 році, і є стало рекордно високим показником за останні 10 років. Зростання було обумовлено житловою нерухомістю, яка на сьогоднішній день є найбільшим сектором нерухомості, на частку якої припадає 79% усієї світової вартості нерухомості. Її вартість збільшилася на 8% за рік приблизно до 258,5 трлн доларів. Очікується, що ринок досягне 371,73 трлн. дол. в 2025 році за середньорічного темпу зростання від 2 до 7%.

Визначено, що ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» було засновано в 2 грудня 2014 року. Основним напрямком діяльності підприємства є надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна. Протягом досліджуваного періоду мала місце тенденція до зростання чистого доходу в 2019 році на 1,26% із рівня в 27,348 млн. грн. в 2018 році до рівня в 27,692 млн. грн. в 2020 році. Чистий прибуток підприємства протягом досліджуваного періоду мав аналогічну динаміку до зменшення в 2019 році на 751,9% до рівня в -1312,2 тис. грн., а в 2020 році – до зростання на 112,76% до рівня в 167,4 тис. грн. За період 2018-2020 рр. рентабельність продукції мала динаміку до скорочення із рівня в 15,05% в 2018 році до рівня в 12,238% в 2020 році. Дане скорочення є негативним в роботі підприємства. Прибутковість активів та капіталу мала тенденцію до зменшення, що відбулося за рахунок скорочення чистого прибутку та зменшення обсягу капіталу.

Встановлено, що серед досліджуваних підприємств ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на сьогодні має найнижчі рейтинги конкурентоспроможності послуг. Бізнес Парк «ПРОМИСЛОВИЙ» на сьогодні займає перше місце із рейтинговою позицією в 3,67 бали. На другому місці - ТОВ ВАСИЛЬ КІСІЛЬ І ПАРТНЕРИ, із рейтингом в 2,82 бали. На третьому місці - ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» із 2,29 балами. Найкращі рейтингові позиції підприємства в якості послуг оренди та рівні

інновацій та технологій. Проте, низькі рейтингові позиції за прибутковістю бізнесу, консультуванні клієнтів, ефективності реклами.

Досліджено, що найважливішим фактором покращення конкурентних позицій послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» на міжнародному ринку є забезпечення підприємствами сприятливих умов для реалізації запропонованих заходів. Тому для підвищення конкурентоспроможності послуг ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» необхідно вдосконалювати технічні, економічні, естетичні та організаційні складові своїх послуг, а також забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності підприємства загалом. В цілому, вони повинні забезпечувати підвищення рівня якості послуг, що найбільше відповідає потребам і вимогам споживачів при мінімізації витрат. Варто також пам'ятати, що експорт компанії вважається конкурентоспроможним, якщо він відповідає вимогам зовнішніх ринків, міжнародним стандартам і рівню розвитку у світі.

Встановлено, що впровадження інформаційного забезпечення з аналізу поточного стану для виявлення резервів підвищення фінансового стану на прикладі «Альт-Фінанси» дозволить отримати зменшення витрат підприємства на 1194,9 тис. грн.. Чистий приведений дохід за даним заходом становитиме 1131,9 тис. грн., а термін окупності складе менше 1 місяці. Впровадження посади маркетолога в діяльність ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» є економічно доцільність, адже надасть можливість збільшити обсяги продажу послуг компанії та підвищити ефективність маркетингу. Чистий приведений дохід за даним заходом становитиме 57,41 тис. грн., а термін окупності складе 0,82 року, тобто 10 місяців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк М.О., Передрій О.С. Основи економічної теорії: навч. посіб. М.О. Ажнюк,. К.: Знання, 2008. 368 с.
2. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. *Інформаційно-аналітичний бюлетень*. Київ, 2010. С. 3–7.
3. Алексеев С.Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий. *Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць*. Вип. 191: В 4 т. Т. II.- Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. С. 614-619.
4. Вініченко І.І. Еволюція підходів у дослідженні конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2012. № 8. С. 3-6.
5. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник. Київ: ЦНЛ, 2003. 186 с.
6. Горбонос Ф.В., Черевко Г.В. Теоретичні аспекти економічних взаємовідносин як основи кооперації в аграрному секторі. *Економіка України*. 2004. № 8. С. 63-71.
7. Грицишин Н. Конкурентоспроможність виробничого підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2005. №1. С. 29-34.
8. Дементьєва А. Конкурентоспроможність міжнародних компаній. *Маркетинг*. 2014. №3. С. 64-67.
9. Денисенко М.П., , А.П. Гречан, Шилова К.О. Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства швейної галузі. *Економіка та держава*. 2015. № 8. С. 36-38.
10. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. Х.: Основа, 2011. 168 с.
11. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с.

12. Єрмак А.В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) / А.В. Єрмак // Вісник "Економічної науки України". - 2012. - №1. - С. 41-44.
13. Зав'ялов П. Проблеми міжнародної конкурентоспроможності товаровиробників та шляхи їх вирішення. *Маркетинг*. 2015. № 3. С. 21-32.
14. Злидень І.М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Економіка: проблеми теорії і практики: Зб. наук. праць*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. Вип. 213: Т. I. - С. 75-81.
15. Іванов Ю.Б. Конкурентоспроможність підприємства в умовах формування ринкових відносин: монографія. Харків: ХДЕУ, 2013. 246 с.
16. Карасьов О.П. Формування конкурентоспроможності АПК України. *Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 29-30 жовтня 2015 р.* Дніпропетровськ: Типографія "Стандарт" (ПП Бойко В.В.), 2015. - С. 13-15.
17. Іванов Ю.Б. Конкурентоспроможність підприємства в умовах формування ринкових відносин: монографія. Харків: ХДЕУ, 2013. 246 с.
18. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко та ін. К.: КНЕУ, 2006. -27 с.
19. Кононенко І. Метод експрес-аналізу конкурентоспроможності продукції. *Економіка України* 2014. № 2. С. 80-83.
20. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник. Львів: Компакт ЛВ, 2012. 304 с.
21. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми та політика / пров. з англ. 12-го вид. К.: Хагар-Демос,
22. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. К.: Основи, 2013. 390 с.

23. Савінова Ю.М. Конкурентоспроможність підприємств та чинники, що її обумовлюють. *Вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1 (14). С. 94-97.
24. Чернега В.В. Формування механізму забезпечення стійкості підприємств на основі розвитку підприємництва: автореф. На здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "економіка, організація і управління підприємствами". Київ, 2006. 19 с.
25. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Кривенко. Донецьк: ДонГУЕТ, 2012. 141 с.
26. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Організаційний аспект: монографія / Воронкова А. Е., Калюжна Н. Г., Отенко В. І. Х. : ВД «ИНЖЕК». 2015 512 с.
27. Іващенко Г. А. Структура організаційно-економічних факторів формування конкурентоспроможності підприємства. *Економіка: проблеми теорії : зб. наук. праць*. Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. Вип. 185. Т. І. С. 30–36.
28. Красностанова Н. Е., Маковеев П. С. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва. *Фінансова консультація*. 2001. № 21 - 22. С. 55-59.
29. Реутов В. Є. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання. *Економіка та держава*. 2016.-№ 5. С. 65-67.
30. Global Real Estate Market Report 2021: Market is Expected to Grow from \$2687.35 Billion in 2020 to \$3717.03 Billion in 2025 - Forecast to 2030 URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-real-estate-market-report-2021-market-is-expected-to-grow-from-2687-35-billion-in-2020-to-3717-03-billion-in-2025--forecast-to-2030--301250151.html>
31. Світовий ринок нерухомості URL: <https://www.savills.com/impacts/market-trends/the-total-value-of-global-real-estate.html>

32. Голоміша Н. Є. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності українського цукру. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С.151–156. URL: http://eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2010/2010_07/10_07_26/
33. Гринишин Г. М. Оцінка конкурентоспроможності експортноорієнтованої продукції. *Економічні науки*. 2013. №10(3). С. 177–183. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10%283%29__30
34. Дашко І. М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. № 5. 2020. С. 108–110. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.5.108
35. Grzebyk M., Kryński Zdz., 2011, Konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw. Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. 2011. Nr. 20. S. 107–117. URL: <http://bazekon.icm.edu.pl/bazekon/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171195887>
36. Lombana J. E. Competitiveness and trade policy problems in agricultural export: A perspective of producing/exporting countries in the case of banana trade to the European Union. 2006. URL: <https://www.scribd.com/document/87509708/2006-Lombana-Competitiveness-and-Trade-Policy-Problems-in-AgriculturalExports-A-PERSPECTIVE-OF-PRODUCING-EXPORTINGCOUNTRIES-IN-THE-CASE-OF-BANANA-T>
37. Skawińska E., Zalewski R. I. Klastry biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacyjności regionów. Świat – Europa – Polska. Warszawa : PWE, 2009. 308 s. URL: <https://www.pwe.com.pl/ksiazki/zarzadzanie/klastrybiznesowe-w-rozwoju-konkurencyjnosci-i-innowacyjnosci-regionow-swiat-europa-polska,p2121639768>
38. Martyniuk O., Vitvitskaya O., Lagodiienko V., Krupitsa I. Formation of an innovative concept of management on the basis of reconstruction of genetic algorithm of management technology. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. 2019. Vol. 7. No. 2. P. 487–499. DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/pen.v7i2.560>

39. Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf
40. The total value of global real estate URL:
<https://www.savills.com/impacts/market-trends/the-total-value-of-global-real-estate.html>
41. Звітність та інформація про ТОВ «МОРЕНО КОНСАЛТ» URL:
https://zvitnist.com/39523438_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOOU_VDPOVDALNSTU_MORENO_KONSA
42. International Competitiveness in Financial Services: A Special Issue of the Journal of Financial Services Research Paperback – Special Edition, 3 Oct. 2013
43. Technological Innovation and International Competitiveness for Business Growth: Challenges and Opportunities (Palgrave Studies in Democracy, Innovation, and Entrepreneurship for Growth) Kindle Edition by João J. M. Ferreira (Editor), Sérgio J. Teixeira (Editor), Hussain G. Rammal (Editor), 2021
44. International Competitiveness and Technological Change 3st Edition, Kindle Edition, by Marcela Miozzo 2013
45. Regional and Firm International Competitiveness: Determinants, Capability and Competencies Paperback by Mark Cook – 23 Oct. 2009
46. Technological Innovations, Multinational Corporations and the New International Competitiveness: The Case of Intermediate Countries (Routledge Studies in Global Competition Book 2) 1st Edition, Kindle Edition, 2013
47. International Competitiveness in the New Economy: Currency and financial aspects Paperback by ELENA ZENKYNA – 22 Mar. 2021
48. International Competitiveness for Small and Medium-size Enterprises: Lessons from Case Studies Paperback by Sam Laird – 15 April 2017
49. Structural Change, Competitiveness and Industrial Policy: Painful Lessons from the European Periphery (Routledge Advances in Regional Economics, Science and Policy Book 3) 1st Edition, Kindle Edition by Aurora A. C. Teixeira, 2014

50. Global Business: Competitiveness and Sustainability 1st Edition, Kindle Edition. by Riad A. Ajami, 2017

51. Global Business Competitiveness and Sustainability. By Riad A. Ajami , G. Jason Goddard, 2018

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Огляд зарубіжної літератури

1. International Competitiveness in Financial Services: A Special Issue of the Journal of Financial Services Research Paperback – Special Edition, 3 Oct. 2013

Details financial markets suggests that factors such as differences in capital requirements, limitations on size or on the range of financial activities in which firms can engage, government guarantee arrangements for deposits or payments, and reporting or disclosure requirements can have important effects on the efficiency of industrial and commercial firms and thus on the international competitive positions of major sectors of the U.S. economy. Regulatory and tax policies must therefore take into account effects on international competitive positions in addition to domestic concerns. The articles in this issue analyze differences in market organization and regulation across countries and examine how efficiency in producing financial services is influenced by these differences. These articles were presented and discussed at a conference sponsored by the American Enterprise Institute in Washington, D.C., on May 31 and June 1, 1990. This conference on International Competitiveness in Financial Services brought to the attention of Washington policy officials these analyses by leading scholars in finance. Publication of these studies and critiques in the Journal of Financial Services Research is intended to stimulate further interest in research on these important issues.

2. Technological Innovation and International Competitiveness for Business Growth: Challenges and Opportunities (Palgrave Studies in Democracy, Innovation, and Entrepreneurship for Growth) Kindle Edition by João J. M. Ferreira (Editor), Sérgio J. Teixeira (Editor), Hussain G. Rammal (Editor), 2021

This book explores how companies combine technological innovation and competitive actions that create new opportunities for business growth in the international market. The complexity of designing today's technology platforms requires profound knowledge in multiple areas. Technology development and commercialization as an ongoing competitive process involves enabling and inhibiting mechanisms, which govern the speed and acceleration of technological innovation. To compete more effectively, potential competitors are using cooptation and pooling their resources for shared gain in areas where they do not compete directly. Thus, a thorough examination of the current paradigms, theories, and frameworks is needed to increase our understanding of the technology-innovation-competitiveness linkages of business growth. This book brings together recent developments and methodological contributions within technological innovation, international competitiveness, and business growth that bridge the existing gaps and simultaneously advances the debate on this research topic.

3. International Competitiveness and Technological Change 3rd Edition, Kindle Edition, by Marcela Miozzo 2013

Technological change is central in explaining industrial leadership, but the relationships and interactions between scientific research, industrial innovation, and competitiveness are neither clear nor straightforward. This book analyses the role of technological change in the competitiveness of firms and national economies.

4. Regional and Firm International Competitiveness: Determinants, Capability and Competencies Paperback by Mark Cook – 23 Oct. 2009

This book argues that the competence of the region to attract FDI and the competence of the SME to undertake internationalisation are two of the main drivers of greater competitiveness. The empirical and theoretical work on FDI is developed and considers how regional competencies/factors can be used to attract FDI. Next, SME internationalisation and its impact on regional competitiveness are examined, focussing on the resources and competences, at the level of the entrepreneur and the firm. The work contributes to the richness of understanding of the complex relationship between the range of explanatory factors at a regional, national and supra-national level that influence inbound FDI, in particular providing a much better understanding of UK regional FDI inflows. The work on the internationalisation of SMEs contributes to a better understanding of entrepreneurial and firm competences at the sub-regional. The results provide both for academics and policy-makers a tool kit for the analysis and understanding of regional competences and offer a better understanding of the drivers of national and regional competitiveness.

5. Technological Innovations, Multinational Corporations and the New International Competitiveness: The Case of Intermediate Countries (Routledge Studies in Global Competition Book 2) 1st Edition, Kindle Edition, 2013

The aim of this book is to contribute to a better understanding of those intermediate countries with specific reference to two relevant international areas; those countries of southern Europe whose dynamic is very much influenced by the phases of European construction, and in countries of Latin America where the opening up process has changed the traditional role played by multinational corporations.

6. International Competitiveness in the New Economy: Currency and financial aspects Paperback by ELENA ZENKYNA – 22 Mar. 2021

At the beginning of the XXI century the role of international investment and financial markets (currency, credit, stock markets) is strengthening, international capital acquires an independent and self-sufficient value. These new conditions and the nature of post-industrial economy itself become a new environment for formation of both national competitiveness and competitiveness of industrial enterprises. The peculiarities of the process of involvement of national investment and currency and financial markets into the global system of functioning and reproduction of these relations within the framework of the world economy require rethinking in the use of traditional tools of increase of competitiveness of industrial enterprises, which allows to flexibly use all forms and methods of both internal and external tools of financing.

7. International Competitiveness for Small and Medium-size Enterprises: Lessons from Case Studies Paperback by Sam Laird – 15 April 2017

In the age of globalisation, small and medium-size enterprises (SMEs) in the developing world face considerable challenges to survive and prosper in the face of

competition at home and in international markets. These case studies make it possible to lay out a road map for developing competitiveness, taking account of national priorities and specificities. SMEs can do much for themselves, but they also need an enabling business environment. In the domestic market, actions to improve competitiveness are likely to be necessary in the following areas: taxation, tariffs and other policies affecting the cost of imported inputs; the formation of cluster groups; the availability of development support, including finance (business capital); improving access to foreign direct investment; a proactive competition policy; skilled labour; innovation; meeting international standards; and access to government procurement programmes. In international markets the issues that may need to be addressed are: obtaining access to information on international markets; assistance in marketing; participation in global value chains (GVCs); access to trade finance on reasonable terms; meeting standards and certification requirements in international markets; trade facilitation; trade infrastructure; and effective participation in international trade institutions and negotiations. In interviews with the author in more than 30 countries, the private sector lists their priorities as: addressing infrastructure weaknesses, improving access to finance on reasonable terms, cutting red tape (domestic regulation and trade facilitation), and supportive fiscal policies (taxation, tariffs). Implementation of action programmes needs to be supported by aid for trade (AfT), targeted at the key cost centres. Support from the international and regional financial institutions or other development partners maybe needed, especially for the big budget items such as hard and soft infrastructure and trade facilitation. SMEs can obtain aid for trade directly from some such institutions. Success in building competitiveness also needs cooperative efforts by governments, business and other players. Such a consultative process can help develop a shared sense of ownership.

8. Structural Change, Competitiveness and Industrial Policy: Painful Lessons from the European Periphery (Routledge Advances in Regional Economics, Science and Policy Book 3) 1st Edition, Kindle Edition by Aurora A. C. Teixeira, 2014

The onset of the global crisis has emphasised the persistence of substantial differences in development and social progress within the euro area. The specific case of countries located in the southern periphery region has come to the centre stage, due to the harsh economic conditions that all these countries have experienced in the recent past. In the aftermath of the American subprime credit bubble, these countries' high indebtedness raised doubts as to their ability to sustain public finances, with the financial crisis developing and gaining momentum due to the fragilities presented in the economy. To varying degrees of severity, all of these economies have since been forced to introduce strong fiscal tightening programmes in order to achieve fiscal consolidation, which have translated into recession and rising unemployment. This book undertakes a comprehensive analysis of the causes of the crisis in southern European countries, showing that the 'Achilles heel' of these economies is rooted in the dismal evolution of productivity and in a specialisation pattern excessively based on the so-called 'traditional', low, and low-medium tech industries, which yield low margins, declining export shares and, ultimately, withering international competitiveness. Such evidence suggests that the southern European periphery industrial growth model has reached its

limits, demanding a multidimensional policy approach capable of overcoming the magnitude and complexity of the present crisis.

9. Global Business: Competitiveness and Sustainability 1st Edition, Kindle Edition. by Riad A. Ajami, 2017

Globalization has been under extreme pressure in the wake of the financial crisis. Multinational firms are weighing the costs and benefits of international scale and scope, and are increasingly under pressure to hire local, to source local, and to pay taxes domestically. At the same time global competitive pressures have intensified.

This book reviews international business practices from the multinational firm perspective, and provides pathways forward concerning competitiveness and sustainability in global markets. What sets this book apart from others is that the benefits and pitfalls of globalization are addressed. Chapter coverage focuses on the functional areas of the business and how they are impacted by international expansion. Practical case studies supplement chapter coverage and highlight both positive and negative developments in the global business arena. Readers should expect to be challenged on what will be the limits of the multinational firm in the future, and how multinational firms can continue to prosper while at the same time adhere to sustainable business initiatives.

Equally useful to both undergraduate and graduate students of international business as well as professional development programs, *Global Business: Competitiveness and Sustainability* provides a necessary tonic for dealing with today's troubled seas of globalization.

10. Global Business Competitiveness and Sustainability. By Riad A. Ajami , G. Jason Goddard, 2018

Globalization has been under extreme pressure in the wake of the financial crisis. Multinational firms are weighing the costs and benefits of international scale and scope, and are increasingly under pressure to hire local, to source local, and to pay taxes domestically. At the same time global competitive pressures have intensified.

This book reviews international business practices from the multinational firm perspective, and provides pathways forward concerning competitiveness and sustainability in global markets. What sets this book apart from others is that the benefits and pitfalls of globalization are addressed. Chapter coverage focuses on the functional areas of the business and how they are impacted by international expansion. Practical case studies supplement chapter coverage and highlight both positive and negative developments in the global business arena. Readers should expect to be challenged on what will be the limits of the multinational firm in the future, and how multinational firms can continue to prosper while at the same time adhere to sustainable business initiatives.

Equally useful to both undergraduate and graduate students of international business as well as professional development programs, *Global Business: Competitiveness and Sustainability* provides a necessary tonic for dealing with today's troubled seas of globalization.

"International competitiveness of products (services) of Ukrainian enterprises (on a specific example)"

In the theoretical section, the author explores the concept of international competitiveness of products (services) of an enterprise, determines the factors of formation of the international competitiveness of products (services) of an enterprise, characterizes the methodology for assessing the international competitiveness of products (services) of an enterprise. The author generalizes the concept and factors of formation of the international competitiveness of products (services) of an enterprise, systematizes the methodologies for assessing the international competitiveness of products (services) of an enterprise.

The practical part of the work is devoted to the analysis of the development of the world real estate market, the organizational and economic characteristics of the enterprise are given, and the level of international competitiveness of the enterprise's services is assessed.

On the basis of the study, the author developed a project to increase the international competitiveness of the enterprise's products and provided the economic efficiency of the proposed measures and their impact on the financial results of the enterprise.

Based on the results obtained, the author developed measures to improve the level of international competitiveness of enterprise services.

ДОДАТОК В

Таблиця А.1 - Методи оцінки конкурентної позиції і конкурентоспроможності підприємства та його продукції

Кількість параметрів оцінки	Назва методу	Переваги методу	Недоліки методу
Графічні методи оцінки конкурентоспроможності товару і підприємства			
Кількість осей координат = 2	Матриця БКГ	При наявності досить достовірної інформації точно показує стан підприємства	Відсутня прогностичність, не вказує причин даного положення фірми
	Модель «Привабливість ринку - переваги в конкуренції»	Дозволяє визначити положення фірми щодо інших конкурентів; виробити подальші стратегії	Модель статична, важко оцінити якісні характеристики
	Матриця Портера	Наочне структурування досягнення конкуренції	Не дає конкретних рекомендацій по досягненню конкурентних переваг
Кількість осей координат > 2	Метод «багатокутник конкурентоспроможності підприємства»	Достатня легкість використання для оперативного аналізу ситуації, визначення поточного положення щодо конкурентів	Складність при розрахунку показника, отриманні вихідних даних, відсутність прогнозної інформації
Аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності товару			
Кількість параметрів < 2	Модель Розенберга	Простота порівняння товарів: кожному товару може бути поставлено у відповідність певне число	Важко визначити і оцінити найбільш важливі для продукту характеристики з точки зору споживача. Ні порівняння з ідеальними характеристиками товару
	Інтегральний показник конкурентоспроможності	Досить легке порівняння з товарами-конкурентами	Застосування експертного методу, проблема з визначенням параметрів і їх значимості
	Оцінка конкурентоспроможності товару на основі рівня продажів	Формули дозволяють визначити позицію товару на ринку, метод враховує вплив різних факторів зовнішнього середовища	Формули дозволяють визначити позицію товару на ринку, метод враховує вплив різних факторів зовнішнього середовища
Кількість параметрів > 2	Модель з ідеальною точкою	Модель з ідеальною точкою	Труднощі у визначенні характеристик ідеального і розглянутого товарів, використання експертних оцінок

Універсальні аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства			
Кількість параметрів <2	Метод рейтингової оцінки	Метод рейтингової оцінки	Складність при розрахунку показника, отриманих вихідних даних, відсутність прогнозової інформації

ДОДАТОК Г

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність."

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	2021	01	01	КОДИ
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МОРЕНО КОНСАЛТ"	за ЄДРПОУ				39523438
Територія М.КНІВ, ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ Р-Н	за КОАТУУ				8039100000
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ			240
Вид економічної діяльності	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна	за КВЕД			68.20
Середня кількість працівників, осіб	22,0				
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком					
Адреса, телефон	04107 вул. Багговутівська, буд. 17-21, м. Кнів				0442258965

1. Баланс на 31.12.2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	2,0	1,6
первісна вартість	1001	3,6	3,6
накопичена амортизація	1002	(1,6)	(2,0)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	193,8	233,0
первісна вартість	1011	453,3	585,1
знос	1012	(259,5)	(352,1)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	195,8	234,6
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	49,3	67,4
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	816,1	1 159,1
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6 868,0	7 956,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	5,7	1,4
Витрати майбутніх періодів	1170	0,8	2,2
Інші оборотні активи	1190	42,9	230,9
Усього за розділом II	1195	7 782,8	9 417,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	7 978,6	9 651,6

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	0,4	0,4
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1 324,8	-1 157,4
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	-1 324,4	-1 157,0
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	4 882,0	3 254,4
розрахунками з бюджетом	1620	106,1	121,9
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	15,7	14,4
розрахунками з оплати праці	1630	58,9	52,4
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	4 240,3	7 365,5
Усього за розділом III	1695	9 303,0	10 808,6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	7 978,6	9 651,6

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2020 _____ р.

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	24 065,2	27 692,8
Інші операційні доходи	2120	0,2	0,3
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	24 065,4	27 693,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(21 441,2)	(25 333,3)
Інші операційні витрати	2180	(2 456,8)	(3 672,0)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(23 898,0)	(29 005,3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	167,4	-1 312,2
Податок на прибуток	2300	(-)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	167,4	-1 312,2

Керівник _____ **Косенко Євгеній Леонідович**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер _____ **Косенко Оксана Меіславівна**
(підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток 1

до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ**
суб'єкта малого підприємництва

Зареєстровано за №: 9004346408

Прийнято

Дата реєстрації: 27.02.2019 КОДІ: 23:07

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	2019	01	01
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МОРЕНО КОНСАЛТ"	за ЄДРПОУ	39523438		
Територія М. КИЇВ, ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ Р-Н	за КОАТУУ	8039100000		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	240	
Вид економічної діяльності	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна	за КВЕД	68.20	
Середня кількість працівників, осіб	21			
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	04107 вул. Багговутівська, буд. 17-21, м. Київ			0442258965

I. Баланс на 31.12.2018 р.

Форма № 1-м

Код за ДКУД

1801006

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6,6	7,4
Основні засоби	1010	110,8	208,5
первісна вартість	1011	227,5	412,5
знос	1012	(116,7)	(204,0)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	117,4	215,9
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	48,0	47,0
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	902,2	945,8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 702,1	7 990,7
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	93,9	71,6
Витрати майбутніх періодів	1170	-	7,3
Інші оборотні активи	1190	198,9	44,5
Усього за розділом II	1195	4 945,1	9 106,9
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	5 062,5	9 322,8

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	0,4	0,4
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8,0	204,4
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	8,4	204,8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	2 247,8	3 708,1
розрахунками з бюджетом	1620	149,8	111,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	21,2
розрахунками зі страхування	1625	18,5	9,1
розрахунками з оплати праці	1630	69,6	34,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	2 568,4	5 254,6
Усього за розділом III	1695	5 054,1	9 118,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	5 062,5	9 322,8

**2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2018**

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	27 348,8	20 311,6
Інші операційні доходи	2120	0,3	0,1
Інші доходи	2240	4 000,0	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	31 349,1	20 311,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(23 770,1)	(18 238,1)
Інші операційні витрати	2180	(3 339,2)	(2 143,9)
Інші витрати	2270	(4 008,0)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(31 117,3)	(20 382,0)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	231,8	-70,3
Податок на прибуток	2300	(30,5)	(-)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	201,3	-70,3

Керівник

(підпис)

Косенко Євгеній Леонідович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Косенко Оксана Меіславівна

(ініціали, прізвище)

ДОДАТОК Д



Дата звіту 6/6/2022
Дата редагування ---



Звіт не був оцінений.

метадані

Заголовок

Міжнародна конкурентоспроможність продукції українських підприємств.doc

Автор

Косенко Михайло Євгенійович

Науковий керівник

Петрашко Л.П.

підрозділ

кафедра міжнародного менеджменту

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		1
Білі знаки		36
Парафрази (SmartMarks)		99

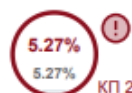
Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



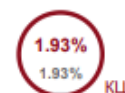
25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



8875

Кількість слів



69043

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Прокрутіть список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Позначити фрагмент" та перегляньте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (випадкові схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (мозаїчний плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/12_24.pdf	92	1.04 %
2	https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/MV_5_2016.pdf	64	0.72 %
3	https://kievdeluxe.com/uk/upravlenie-prodazhami-i-marketing-obektov-nedvizhimosti/	48	0.54 %
4	http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2016.pdf	46	0.52 %