

УДК 005.336.1-047.44:[334.012.61-022.55:339.3]

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-4-6>

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

А. М. ОВСІЄНКО

аспірант;

П. Ю. БАЛАБАН

кандидат економічних наук, професор;

М. П. БАЛАБАН

кандидат економічних наук, доцент;

В. І. МІСЮКЕВИЧ

кандидат економічних наук, доцент;

О. М. МИХАЙЛЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. *Мета статті* – обґрунтувати методичні підходи до оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств середнього бізнесу. З врахуванням специфіки організації торгівлі на підприємствах середнього бізнесу у статті розглянуто методичні аспекти оцінки ефективності їх діяльності як складової стратегії розвитку на перспективу. **Методика дослідження.** Для вирішення поставлених у статті завдань використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналізу та синтезу, економіко-математичні, систематизації та узагальнення. **Результати.** Запропонована у дослідженні спрощена методика оцінки базується на використанні трьох основних показників: обсягів реалізованої продукції, рентабельності господарської діяльності та частки ринку, яку займають підприємства. Оцінку ефективності у дослідженні пропонується проводити у наступній послідовності: оперативна оцінка; рейтингова оцінка (розрахунок інтегрального показника); визначення конкурентних позицій підприємств на локальних ринках. **Практична значущість результатів дослідження.** Запропонована у статті методика оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств середнього бізнесу апробована на матеріалах Полтавської ОТГ і може використовуватися у практиці господарської діяльності середніх підприємств сфери торгівлі. В процесі дослідження визначено взаємозв'язки між основними показниками та їх вплив на кінцеві результати діяльності підприємств.

Ключові слова: торгівля, середній бізнес, методичні підходи, оцінка ефективності, методи оцінки.

Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах економічної кризи та військової агресії росії стає визначальним фактором відновлення та зростання ефективності регіональної економіки, одним із найбільш важливих ресурсів соціально-економічних перетворень в Україні. Малий та середній бізнес забезпечує стабільність економічного розвитку, підвищення гнучкості і адаптивності вітчизняної економіки до внутрішніх і зовнішніх умов, що динамічно змінюються в умовах ринкової економіки. Розвиток малого та середнього бізнесу суттєво прискорює процес диверсифікації економіки, впровадження у практику роботи технологій інноваційного характеру.

Малий та середній бізнес в післявоєнний період повинен розглядатися в якості важливого елемента структурної перебудови повоєнної економіки України, який зможе забезпечити підвищення рівня життя населення країни, гармонійний розвиток людини і природи на довгострокову

перспективу. Особливу роль відіграватиме торговельна сфера, яка максимально наближена до споживачів і сприяє вирішенню їх соціально-економічних проблем. У цьому зв'язку дослідження методів визначення ефективності господарської діяльності представників середнього бізнесу у контексті стратегії їх розвитку дозволить спрогнозувати основні напрями їх діяльності на регіональних ринках та визначити стратегічні цілі на перспективу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем ефективності діяльності реального сектору економіки України, у тому числі і малого бізнесу, зробили відомі вітчизняні науковці, серед яких Т. І. Батракова [14], М. В. Беляєва [1; 2], З. С. Варналій [16], Н. О. Власова [1; 7], Н. С. Краснокутська [12], В. А. Павлова [10], Н. С. Педченко [15], А. П. Прокочук [13], В. Ю. Стрілець [11] та інші. Запропоновані ними механізми оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу дозволяють в цілому характеризувати стан та визначити перспективи їх подальшого розвитку в умовах

ринкової економіки. Однак специфіка торговельних підприємств середнього підприємництва, методи дослідження ефективності їх діяльності практично не висвітлені в сучасній економічній літературі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження полягає у визначенні методичних підходів до оцінки ефективності господарської діяльності торговельних підприємств середнього бізнесу у контексті підвищення їх конкурентоспроможності на регіональних ринках товарів та послуг.

Вклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стратегія розвитку підприємств середнього бізнесу повинна базуватися, перш за все, на матеріалах оцінки ефективності їх діяльності, що дозволить визначити рівень досягнення поставлених цілей, надати рекомендації стосовно покращення становища на ринку, підвищення конкурентоспроможності та прийняти програму заходів з врахуванням перспектив розвитку конкуренції в зоні діяльності.

Серед численних методів оцінки ефективності діяльності підприємств у сфері торгівлі [1; 2; 5–7; 12–15] основна їх маса орієнтована на оцінку ефективності діяльності не окремих підприємств, а крупних об'єктів, як правило – юридичних осіб, які мають відповідну звітність, що дає можливість аналізувати різні аспекти ефективності. Водночас, суб'єкти середнього бізнесу – і підприємства, і фізичні особи-підприємці – є представниками малого та середнього підприємництва, як правило, мають спрощену систему документообігу і звітності, що не дозволяє використати у процесі оцінки ефективності їх діяльності достатню кількість статистичної і оперативної інформації. В таких умовах у процесі розробки методики оцінки ефективності діяльності підприємств ставиться завдання використовувати мінімум економічних показників. У дослідженні нами пропонується для аналізу три основних показники, що надають загальну характеристику ефективності здійснення господарської діяльності підприємств середнього бізнесу: обсяг реалізованої продукції – характеризує загальну ефективність діяльності та обсяг реалізованого споживачами попиту; прибуток і рентабельність господарської діяльності, які свідчать про фінансову стабільність та відшкодування понесених підприємством витрат; частка ринку підприємства у зоні його діяльності, яка в сукупності з іншими показниками визначає конкурентну позицію підприємства на локальному ринку і залежить не лише від обсягів діяльності підприємства та отриманих прибутків, але і від зміни аналогічних показників у конкурентів [1; 9].

Основні методичні підходи до оцінки ефективності явищ чи процесів, що використовуються у

практиці економічного аналізу, умовно можна розділити на 2 групи: розрахунок єдиного показника, розрахунок сукупності показників. Ці методичні підходи можуть відрізнятися чисельністю показників, доступністю інформації, характером їх динаміки. При цьому використання сукупності показників дозволить визначити підприємства, що мають кращі показники за результатами роботи, пріоритетні напрями діяльності, однак не дозволяє спрогнозувати основні тенденції їх змін у перспективі.

Враховуючи специфіку діяльності торговельних підприємств середнього бізнесу, усунути цей недолік, врахувати у процесі оцінки різні складові ефективності діяльності, зробити економічно обґрунтовані висновки та використати у процесі надання рекомендацій керівництву підприємств дозволяє використання єдиного показника. З врахуванням цього, оцінку ефективності діяльності підприємств середнього бізнесу у дослідженні пропонується провести у три етапи:

- оперативна оцінка ефективності діяльності;
- рейтингова оцінка;
- загальна ефективність діяльності (оцінка конкурентних позицій підприємств) [3 – 5; 8].

Оперативна оцінка господарської діяльності дозволяє виявити проблемні місця у роботі окремих підприємств та зробити попередні (оперативні) висновки.

У процесі аналізу ми рекомендуємо використовувати також систему бальної оцінки, яка враховує можливість вираження змін показників, що аналізуються, у балах.

Відповідно, нами пропонується наступна шкала для оцінювання рівня ефективності:

- 3 бали – високий рівень ефективності (позитивні темпи змін усіх трьох показників);
- 2 бали – середній рівень ефективності (позитивні темпи змін двох показників);
- 1 бал – низький рівень ефективності (позитивні темпи змін одного показника);
- 0 балів – неефективна діяльність (усі показники мають негативні тенденції у розвитку).

Використання технології бальної оцінки дозволить визначити рівень ефективності діяльності окремих торговельних підприємств, їх конкурентні позиції на дату аналізу та порівняти результати з аналогічними суб'єктами господарювання.

На другому етапі дослідження пропонується використати метод рейтингової оцінки, який передбачає розрахунок еталонних показників, відносних коефіцієнтів та єдиного інтегрального показника та дозволяє визначити конкурентні позиції підприємства серед аналогічних підприємств на локальному ринку.

Розрахунок інтегрального показника (R_{ij}) у дослідженні проведено з використанням методу рівномірної оптимальності за допомогою адитивного згортання [4; 8] за формулою:

$$R_{ij} = \sum_{i=1}^n k_{i(j)} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де $J = [1; m]$;

$k_i(j)$ – нормалізоване значення i -го показника j -го підприємства;

n – кількість показників;

m – кількість підприємств.

У процесі дослідження проведена апробація методики оцінки ефективності діяльності підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі. Для проведення розрахунків нами відібрано 10 середніх підприємств, що здійснюють діяльність у Полтавській ОТГ Полтавської області, основним видом діяльності яких є торгівля. Обрані підприємства розташовані та зареєстровані на території ОТГ і здійснюють торгівлю в основному продовольчими та непродовольчими товарами повсякденного попиту та конкурують між собою за ринки збуту та покушців.

Аналіз динаміки основних показників діяльності середніх підприємств сфери торгівлі Полтавської ОТГ на регіональному ринку за 2018–2020 рр. (табл. 1) показує, що темпи змін обсягів реалізованої продукції за 2018–2017 роки максимально зросли у підприємств № 5 – на 137,5%, № 4 – на 131,4%, № 6 – на 130,1%; у 2019–2018 рр. – у підприємств № 5 – на 136,0%, № 7 – на 135,3%, № 1 – на 132,1%; за 2020–2019 рр. максимальне зростання відмічається у підприємств № 4 – на 293,1%, № 6 – на 153,5%, у підприємства № 5 – на 118,6%.

Таким чином, аналіз не виявляє жодного підприємства, яке протягом усього періоду мало би стабільне зростання обсягів реалізованої продукції. При цьому, скорочення темпів змін обсягів реалізованої продукції відмічено: за 2018–2017 рр. – у підприємства № 9 – на 15,2%; за 2019–2018 рр. – у підприємств № 4 і 9

(на 30,3 і 7,6%); за 2020–2019 рр. – у підприємств № 9, 1, 3 (відповідно – на 25,5%, 22,7 і 15,4%). Отже, лише для підприємства № 9 характерна тенденція скорочення обсягів реалізованої продукції протягом усіх років аналізу. Водночас, зниження темпів змін обсягів реалізованої продукції у порівнянні з попередніми роками відмічаються і у підприємств № 9 – у 2018 році, № 4, 9 – у 2019 році, № 1, 2, 3, 8, 9 – у 2020 році.

Суттєвих змін зазнали також показники рентабельності операційної діяльності. Відмічається максимальне зростання у 2018 році у підприємств № 3 (5,75%), № 2 3,40%), № 4 (3,33%); у 2019 р. – № 7 (15,37%), № 23 (9,49%), № 3 (6,34); у 2020 році – у підприємств № 4 (23,85%), № 9 (23,05%) та № 7 (4,03%). Від’ємна рентабельність була характерною для підприємств № 9, 10, 6, 8 – у 2018 році, № 4, 5, 6, 8, 10 – у 2019 році, № 1, 2, 3 – у 2020 році.

Відповідно до змін обсягів реалізованої продукції змінювалися і частки ринку середніх підприємств. Так, у 2018 році збільшили частки ринку підприємства № 3, 5, 6, у 2019 р. – № 1, 5, 6, 7, 10, у 2020 році – № 4, 5, 6. Отже, лише підприємства № 5, 6 мають чітку тенденцію до зростання частки на регіональному ринку. Всі інші підприємства скоротили частки ринку.

За запропонованою нами методикою формалізовану оцінку ефективності діяльності підприємств ми здійснювали за допомогою системи балів. Результати розрахунків згруповано нами у табл. 2.

Результати балової оцінки рівня ефективності господарської діяльності характеризують як високий рівень ефективності – у підприємств № 5, 6, 7, середній – № 1, 2, 3, 4, 10, низький рівень – № 8, 9. Характерно, що оцінка ефективності роботи підприємств по окремих роках (таблиця 3) свідчить, що за весь період дослідження лише під-

Таблиця 1

Розрахунок динаміки основних показників діяльності середніх підприємств сфери торгівлі Полтавської ОТГ на регіональному ринку та характеру їх змін за 2018–2020 рр.

Підприємства	Показники								
	темпи змін обсягу реалізованої продукції, %			зміни рентабельності операційної діяльності, + –			динаміка частки ринку, + –		
	2018: 2017	2019: 2018	2020: 2019	2018: 2017	2019: 2018	2020: 2019	2018: 2017	2019: 2018	2020: 2019
1	113,9	132,4	77,3	3,02	1,49	-9,82	-0,07	0,18	-1,34
2	114,0	118,2	92,7	3,40	9,49	-5,99	-0,28	-0,62	-2,47
3	120,1	110,8	84,6	5,75	6,34	-13,05	0,08	-0,27	-0,52
4	131,4	79,7	293,1	3,33	-32,72	23,85	-0,15	-0,29	1,64
5	137,5	129,2	118,6	0,63	-3,07	3,63	2,51	0,26	0,35
6	130,1	136,0	153,5	-1,02	-3,36	2,58	1,98	1,35	6,27
7	109,3	135,3	115,1	2,21	15,37	4,03	-1,30	1,44	-0,33
8	104,7	117,6	97,9	-0,16	-0,45	2,05	-1,45	-0,96	-2,02
9	84,8	92,4	74,5	-18,86	1,67	23,05	-1,69	-1,05	-1,04
10	112,9	131,6	106,9	-1,70	-1,28	2,40	-0,26	0,37	-0,83

Таблиця 2

**Балова оцінка рівня ефективності господарської діяльності підприємств середнього бізнесу
Полтавської ОТГ за 2018–2020 роки***

Підприємства	Кількість балів				Рейтинг	Рівень ефективності господарської діяльності
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Усього		
1	2	3	0	5	7	середній
2	2	2	0	4	8	середній
3	3	2	0	5	6	середній
4	2	0	3	5	5	середній
5	3	2	3	8	1	високий
6	2	2	3	7	2	високий
7	2	3	2	7	3	високий
8	1	1	1	3	9	низький
9	0	1	1	2	10	низький
10	1	2	2	5	4	середній

* до високого рівня ефективності віднесено підприємства, що мають 7–9 балів; до середнього – 4–6 балів; до низького – 1–3 бали.

приємство № 8 відрізнялося стабільно низьким рівнем ефективності діяльності, високий рівень ефективності діяльності в окремі періоди показували підприємства № 1, 3–7 або 23,3% від усіх підприємств, середній рівень – підприємства № 1–7, 10 або 40,0%, низький – № 8–10, або 20,0%, неефективною була діяльність підприємств № 1–4, 9, або 16,7% підприємств (табл. № 1, 2). Отже, як показали розрахунки, за весь період дослідження більше 60% підприємств працювали ефективно.

На основні економічного аналізу, проведеного нами, були визначені рейтинги підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі, які характеризують місця підприємств на локальних ринках (табл. 4).

Найвищі рейтинги за всіма показниками, що аналізуються, мають підприємства № 5, 6, 7, найнижчі – підприємства № 8, 9.

Таким чином, використання як першого етапу – оперативної оцінки – дозволило охарактеризувати рівень ефективності діяльності та рейтинги кожного підприємства як за окремі періоди, так і в цілому за 2018–2020 роки.

Проведений економічний аналіз за методикою оперативної оцінки виявляє дещо не ідентичні результати, що характеризують ефективність діяльності середніх підприємств в окремі періоди. Усунути цей недолік допомагає метод адитивного згортання [3–5; 8].

Для проведення аналізу за методом адитивного згортання у роботі використані ті ж основні показ-

ники діяльності підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі за 2018–2020 роки. Розраховані на базі цих даних стандартизовані коефіцієнти та інтегральні показники ефективності діяльності підприємств середнього бізнесу Полтавської ОТГ за 2018–2020 роки (табл. 5, 6) були використані нами у процесі визначення рейтингів окремих підприємств та їх конкурентних позицій.

Матеріали розрахунків стандартизованих коефіцієнтів за темпами змін обсягів реалізованої продукції, частки ринку та рентабельності господарської діяльності дозволили визначити інтегральні показники та рейтинги торговельних підприємств середнього бізнесу (табл. 6).

Вирівнювання позицій підприємств та визначення їх конкурентних позицій за запропонованою нами методикою дозволяє рейтинг, розрахований за сумою місць за розрахунками оперативної ефективності та методу адитивного згортання (табл. 7).

Як бачимо, рейтинги, розраховані нами за результатами оперативної оцінки і методики адитивного згортання, практично співпадають, що свідчить про об'єктивність оцінки.

Таким чином, конкурентні позиції підприємств середнього бізнесу за запропонованою нами методикою будуть: перша – підприємство № 6, друга – підприємство № 5, третя – підприємство № 7, четверта – підприємство № 4, п'ята – підприємство № 10, шоста – підприємство № 3, сьома – підпри-

Таблиця 3

Рівень ефективності діяльності підприємств середнього бізнесу Полтавської ОТГ за 2018–2020 рр.

Роки / № підприємств	Рівень ефективності			
	високий	середній	низький	неефективна робота
2018	3, 5	1, 2, 4, 6, 7	8, 10	9
2019	1, 7	2, 3, 5, 6, 10	8, 9	4
2020	4, 5, 6	7, 10	8, 9	1, 2, 3
Всього 2018–2020 р.	7	12	6	5

Таблиця 4

**Розрахунок рейтингових місць підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі
за оперативною оцінкою ефективності діяльності за 2018–2020 роки**

Підприємства	2018 рік		2019 рік		2020 рік		Разом за 2018-2020 рр.	
	сума місць	рейтинг	сума місць	рейтинг	сума місць	рейтинг	сума місць	рейтинг
1	14	5	13	3	26	10	53	7
2	14	6	16	5	25	9	55	8
3	8	2	17	6	23	7	48	5
4	10	3	27	10	4	1	41	4
5	8	1	17	7	9	3	34	2
6	13	4	12	2	7	2	32	1
7	21	7	4	1	10	4	35	3
8	25	9	22	8	21	6	68	9
9	30	10	23	9	24	8	77	10
10	22	8	14	4	16	5	52	6

Таблиця 5

**Розрахунок стандартизованих коефіцієнтів торговельних підприємств середнього бізнесу
Полтавської ОТГ за 2018–2020 роки**

Підприємства	Стандартизовані коефіцієнти								
	темів змін обсягів реалізованої продукції			абсолютної зміни частки ринку			абсолютної зміни рентабельності діяльності		
	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2018-2017	2019-2018	2020-2019
1	0,56	0,94	0,02	0,39	0,50	0,13	0,89	0,72	0,09
2	0,56	0,74	0,09	0,34	0,18	0,00	0,91	0,88	0,20
3	0,67	0,56	0,05	0,43	0,32	0,23	1,00	0,82	0,00
4	0,89	0,00	1,00	0,37	0,10	0,47	0,91	0,00	1,00
5	1,00	0,88	0,21	1,00	0,53	0,33	0,80	0,62	0,46
6	0,86	1,00	0,37	0,88	0,97	1,00	0,73	0,61	0,43
7	0,86	0,99	0,19	0,10	1,00	0,25	0,86	1,00	0,47
8	0,38	0,68	0,11	0,06	0,04	0,06	0,76	0,68	0,41
9	0,00	0,23	0,00	0,00	0,57	0,17	0,00	0,72	0,36
10	0,54	0,93	0,15	0,34	0,32	0,19	0,70	0,66	0,42

Таблиця 6

**Інтегральні показники та рейтинги торговельних підприємств середнього бізнесу Полтавської ОТГ
за 2018–2020 роки (за методикою адитивного згорання)**

Підприємства	Інтегральні показники			Рейтинги підприємств				
	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2018-2017	2019-2018	2020-2019	сума рейтингових позицій	Загальний рейтинг підприємств
1	1,84	2,16	0,24	5	3	10	18	6
2	1,81	1,80	0,29	7	6	8	21	8
3	2,10	1,70	0,28	4	7	9	20	7
4	2,17	0,10	2,47	3	10	1	14	4
5	2,80	2,03	1,00	1	4	3	8	2
6	2,47	2,58	1,80	2	2	2	6	1
7	1,82	2,99	0,91	6	1	4	11	3
8	1,20	1,40	0,58	9	9	6	24	9
9	0,00	1,52	0,53	10	8	7	25	10
10	1,58	1,91	0,76	8	5	5	18	5

Таблиця 7

Визначення загальної ефективності (конкурентних позицій) торговельних підприємств середнього бізнесу Полтавської ОТГ за методиками розрахунків

Підприємства	Рейтинги підприємств за методиками розрахунків					
	за розрахунками оперативної ефективності		за методом адитивного згортання		сума рейтингів за методиками розрахунків	загальна ефективність діяльності (конкурентна позиція)
	сума місць	загальний рейтинг	сума місць	загальний рейтинг		
1	53	7	18	6	13	7
2	55	8	21	8	16	8
3	48	5	20	7	12	6
4	41	4	14	4	8	4
5	34	2	8	2	4	2
6	32	1	6	1	2	1
7	35	3	11	3	6	3
8	68	9	24	9	18	9
9	77	10	25	10	20	10
10	52	6	18	5	11	5

емство № 1, восьма – підприємство № 2, дев'ята – підприємство № 8, десята – підприємство № 9.

Отже, методичний підхід до оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств середнього бізнесу, який ґрунтується на використанні рейтингових методів оцінки основних показників

діяльності середніх підприємств, апробований нами на матеріалах Полтавської ОТГ, свідчить про можливість застосування його у практичній діяльності та використовуватися у подальших дослідженнях стратегії розвитку торговельних підприємств вітчизняного середнього бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власова Н. О., Чорна М. В., Беляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі : монографія. Харків : ХДУХТ, 2013. 157 с.
2. Беляєва М. В. Оцінка ефективності діяльності підприємств торгівлі в сучасних економічних умовах. *Економіка: проблеми теорії та практики*, 2008. Вип. 244: в 5 т. Т. 1. С. 183–189.
3. Смольнякова Н. М. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі продовольчими товарами : дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2011. 230 с.
4. Бень Т. Г., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2002. № 6. С. 53–60.
5. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2011. 454 с.
6. Дядін А. С. Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» (051 – Економіка). Харківський державний університет харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України. Харків, 2017. 197 с.
7. Власова Н. О. та ін. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств роздрібної торгівлі : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2012. 197 с.
8. Балабан П. Ю., Овсієнко А. М. Малий бізнес у сфері торгівлі: практико орієнтована методика оцінки ефективності діяльності підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2022. Випуск 1(105). С. 7–15.
9. Кейт Реворт. Економіка пончика. Як економісти ХХІ століття бачать світ / Реворт Кейт; пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ : Наш формат, 2019. 296 с.
10. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. Донецьк : Вид-во ДУЕП, 2006. 276 с.
11. Стрілець В. Ю. Забезпечення розвитку малих підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2019. 457 с.
12. Краснокутська Н. С., Алтухова І. О. Сучасні підходи до визначення сутності ефективності діяльності підприємств. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2007. Вип. 1(3). С. 148–154.
13. Прокопчук А. П. Теоретико-методологічні аспекти визначення ефективності діяльності підприємства торгівлі в сучасній науковій думці. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2005. Вип. 19. С. 245–250.
14. Батракова Т. І. Сутність поняття «економічна ефективність» діяльності підприємства в ринкових умовах. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2015. № 1 (69). Ч. 1. С. 172–179.

15. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в умовах євроінтеграційних процесів України : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2022. 250 с.
16. Варналії З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики : монографія. Київ : Знання, 2001. 277 с.

REFERENCES

1. Vlasova N. O., Chorna M. V., Bieliaieva M. V. (2013). *Ekonomichniy mekhanizm rehuliuвання pidpriemnytskoi diialnosti v rozdribnii torhivli: monohrafiia* [Economic mechanism of regulation of entrepreneurial activity in retail trade: monograph]. Kharkiv: KhDUKHT, 157 p. [in Ukrainian]
2. Bieliaieva M. V. (2008). Otsinka efektyvnosti diialnosti pidpriemstv torhivli v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Evaluation of the effectiveness of trade enterprises in modern economic conditions]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*, vol. 244, pp. 183–189.
3. Smolniakova N. M. (2011). Formuvannya efektyvnoi tsinovoї polityky pidpriemstv torhivli prodovolchymy tovaramy [Formation of an effective price policy of food trade enterprises]. (PhD Thesis), Kharkiv, 230 p.
4. Ben T. H., Dovbnia S. B. (2002). Intehralna otsinka finansovoho stanu pidpriemstva [Integrated assessment of the financial condition of the enterprise]. *Finansy Ukrainy*, vol. 6, pp. 53–60.
5. Popovych P. Ya. (2011). Ekonomichniy analiz diialnosti subiektiv hospodariuvannya [Economic analysis of business entities]. Ternopil: Ekonomichna dumka, 454 p. [in Ukrainian]
6. Diadin, A. S. (2017). Otsinka efektyvnosti pidpriemnytskoi diialnosti v rozdribnii torhivli [Evaluation of the effectiveness of entrepreneurial activity in retail trade]. (PhD Thesis), Kharkiv: Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannya ta torhivli Ministerstva osvity i nauky Ukrainy, 197 p.
7. Vlasova N. O. et al. (2012) Otsinka efektyvnosti hospodarskoi diialnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Evaluation of the efficiency of the economic activity of retail trade enterprises]. Kharkiv: vydavnytstvo Ivanchenko I.S., 197 p.
8. Balaban P. Yu., Ovsienko A. M. (2022). Maliy biznes u sferi torhivli: praktyko oriientovana metodyka otsinky efektyvnosti diialnosti pidpriemstv [Small business in the field of trade: a practically oriented method of assessing the efficiency of enterprises]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 1(105), pp. 7–15.
9. Keit, Revort. (2019). Ekonomika ponchyka. Yak ekonomisty KhKhI stolittia bachat svit [Donut economy. How economists of the 21st century see the world]. (Dmytro Kozhedub. Trans.). Kyiv: Nash format, 296 p. [in Ukrainian]
10. Pavlova V. A. (2006). Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechennia [Enterprise competitiveness: assessment and strategy of provision]. Donetsk: Vyd-vo DUEP, 276 p. [in Ukrainian]
11. Strilets V. Yu. (2019). Zabezpechennia rozvytku malykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka [Ensuring the development of small enterprises: theory, methodology, practice]. Poltava: PUET, 457 p. [in Ukrainian]
12. Krasnokutska N. S., Altukhova I. O. (2007) Suchasni pidkhody do vyznachennia sutnosti efektyvnosti diialnosti pidpriemstv [Modern approaches to determining the essence of the efficiency of enterprises]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vol. 1(3), pp. 148–154.
13. Prokopchuk A. P. (2005) Teoretyko-metodolohichni aspekty vyznachennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva torhivli v suchasni naukovii dumtsi [Theoretical and methodological aspects of determining the effectiveness of trade enterprise activity in modern scientific thought]. *Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Seriya ekonomichna*, vol. 19, pp. 245–250.
14. Batrakova T. I. (2015) Sutnist poniattia «ekonomichna efektyvnist» diialnosti pidpriemstva v rynkovykh umovakh [The essence of the concept of "economic efficiency" of enterprise activity in market conditions]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 1(69), part. 1, pp. 172–179
15. Pedchenko N. S., Strilets V. Yu. (2022). Derzhavna pidtrymka rozvytku maloho pidpriemnytstva v umovakh yevrointehratsiinykh protsesiv Ukrainy [State support for the development of small entrepreneurship in the conditions of the European integration processes of Ukraine]. Poltava: PUET, 255 p. [in Ukrainian]
16. Varnalii, Z. S. (2001). Male pidpriemnytstvo: osnovy teorii i praktyky [Small entrepreneurship: basics of theory and practice]. Kyiv: Znannya, 270 p. [in Ukrainian]

Anton Ovsienko, Petro Balaban, Mykola Balaban, Valentyna Misiukevych, Olena Mykhailenko, Poltava University of Economics and Trade. Methodical aspects for medium-sized trade enterprises evaluation.

Annotation. The purpose of the article – to justify methodical approaches to the evaluation of the effectiveness of trade enterprises (medium-sized businesses). Taking into account the specifics of the trade organization at medium-sized enterprises, the study deals with methodological aspects for effectiveness evaluation of their activities as a component for the long-term development strategy. **Methodology.** To solve the tasks set in the article, there were used general scientific and special research methods: analysis and synthesis, economic-mathematical, systematization and generalization. **Findings.** The simplified evaluation method proposed in the study is based on the use of three main indicators: volume of products sold, profitability of economic activity and market share occupied by enterprises. It is proposed to evaluate the effectiveness of the research in the following sequence: operational evaluation; rating assessment (calculation of the integral indicator); determination of competitive positions of enterprises in local markets. **Practical value.** The methodology for evaluating the effectiveness of medium-sized trade enterprises proposed in the article was tested on the materials of the Poltava OTG and can be used in the practice of the economic activity of medium-sized enterprises in the field of trade. In the process of the research, the relationships between the main indicators and their influence on the final results of the enterprises' activities were determined.

Keywords: trade, medium business, methodical approaches, performance evaluation, evaluation methods.