

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 334.012

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-1>

МАЛИЙ БІЗНЕС У СФЕРІ ТОРГІВЛІ: ПРАКТИКО ОРІЄНТОВАНА МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

П. Ю. БАЛАБАН

кандидат економічних наук, професор;

А. М. ОВСІЄНКО

аспірант кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. *Мета статті* – обґрунтувати методичні підходи до оцінки ефективності господарської діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. У статті розглянуто основні підходи до оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств з врахуванням специфіки малого та середнього бізнесу. Запропоновано спрощену методику оцінки, яка може використовуватися малими та середніми підприємствами у практиці їх господарської діяльності. **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 методика передбачає використання системи показників: обсягів реалізованої продукції, прибутку / рентабельності господарської діяльності та частки ринку. Оцінку ефективності у дослідженні пропонується проводити у три етапи: 1) оперативна оцінка, яка дозволяє визначити рівень ефективності діяльності; 2) рейтингова оцінка, яка передбачає розрахунок еталонних показників, відносних коефіцієнтів та інтегрального показника; 3) визначення конкурентних позицій підприємств. **Практична значущість результатів дослідження.** Методика оцінки ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу апробована на матеріалах Полтавської ОТГ. Оперативна оцінка ефективності діяльності малих торговельних підприємств дозволила зробити попередні висновки стосовно рівня ефективності діяльності та виявити проблемні місця у роботі окремих підприємств на дату аналізу. Розрахунок інтегрального показника та рейтингів підприємств визначили їх конкурентні позиції на локальних ринках та дозволили спрогнозувати основні тенденції їх змін у перспективі.

Ключові слова: малий та середній бізнес, торгівля, методика оцінки ефективності, метод рівномірної оптимальності, адитивне згортання.

Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. В умовах економічної кризи, викликаної пандемією «COVID-19» та широкомасштабним вторгненням російських окупаційних військ на територію України, саме суб'єкти малого та середнього бізнесу, які не потребують великих інвестицій, «відіграють важливу роль у формуванні інфраструктури ринку, реалізації інноваційних процесів, удосконаленні фінансово-кредитних механізмів» [19, с. 100] можуть сприяти послабленню негативних впливів на вітчизняну економіку, стимулювати відновлення господарського комплексу держави. Малі та середні підприємства, які базуються на особистій ініціативі та приватній формі власності, «...здатні за короткий час забезпечити суттєві структурні зрушення в економіці, поглибити ринкові відно-

сини...» [19, с. 101], можуть внести значний вклад у відбудову вітчизняної економіки.

Підвищення ефективності функціонування малого та середнього бізнесу у сфері торгівлі сприятиме активному розвитку реального сектору економіки, позитивним структурним змінам у господарському комплексі держави, підвищенню рівня життя населення та вирішенню їх соціально-економічних проблем. Саме тому розробка практико орієнтованої методики оцінки ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу сфери торгівлі дозволить визначити перспективні напрями їх подальшого розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності в умовах відбудови економіки України, забезпечити економічну стабільність галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження літературних джерел з проблем

функціонування малого та середнього бізнесу показало відсутність єдиного підходу до оцінки ефективності його діяльності. Поряд з тим, різним аспектам аналізу діяльності підприємств малого та середнього бізнесу присвячені праці науковців З.С. Варналія, К.О. Ващенко, Н.В. Карпенко, О.В. Кужель, Д.А. Ляпіна, Н.С. Педченко. Серед науковців, що аналізують проблеми ефективності сфери торгівлі, слід назвати представників наукової школи ХДУХТ – Н.О. Власову, М.В. Чорну, Н.С. Краснокутську, М.В. Беляєву, Н.М. Смольнякову, А.С. Дядіна та інших. Однак питання оцінки ефективності функціонування підприємств малого і середнього бізнесу висвітлені недостатньо, чому сприяли незначні обсяги та специфіка їх діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розробка методичного підходу до оцінки ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу у сфері торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Важливою передумовою формування стратегії розвитку малого та середнього торговельного бізнесу в ринковій економіці мають бути оцінка ефективності їх діяльності та конкурентоспроможності. Практика господарської діяльності засвідчує, що скорочення витрат та отримання прибутку, які в цілому характеризують ефективність господарської діяльності, дозволяють підприємствам успішно конкурувати на локальних ринках товарів та послуг.

Аналіз наукових праць з проблем ефективності діяльності підприємств сфери торгівлі [1–6] засвідчує відсутність на сьогодні єдиного трактування як поняття «ефективність», так і методів оцінки їх ефективності. Погоджуємося з думкою Власової Н.О., що «проблема обчислення показників оцінки економічної ефективності належить до числа найбільш спірних і дискусійних» [1, с. 68]. Водночас, найбільш вживаними підходами до оцінки ефективності господарської діяльності підприємств у сфері торгівлі можна назвати співвідношення результатів і затрат, бенчмаркінговий підхід, показники економічної сталості підприємства в стратегічних зонах господарювання, результати досягнення поставлених цілей тощо.

Наявні на сьогодні методики оцінки ефективності різняться як об'єктами дослідження, так і методами оцінки. Зокрема, об'єктами дослідження можуть бути організаційно-технологічні та фінансові аспекти, антикризове управління і кредитування, цінова політика тощо. Ми погоджуємося з думкою Дядіна А.С., що з врахуванням специфіки торговельних підприємств ефективність їх діяльності може розглядатися з позицій таких підходів: цільового (досягнення суб'єктом

підприємництва визначених цілей діяльності); ресурсного (ефективне використання наявних ресурсів; результативного (отримання прибутку від господарської діяльності); динамічного (одержання визначених результатів протягом тривалого періоду) [15, с. 56–57].

Критичний огляд літературних джерел [1; 15–18] показує, що основні методики оцінки ефективності діяльності підприємств сфери торгівлі, як правило, орієнтовані на крупні за обсягами діяльності об'єкти, які мають відповідну звітність. Водночас, суб'єкти малого і середнього бізнесу як правило використовують спрощену систему оподаткування, документообігу і звітності, а, отже, мають обмежену статистичну і оперативну інформацію, яка необхідна для проведення розрахунків. В таких умовах ставиться завдання проводити оцінку з можливим мінімумом економічних показників. З врахуванням цього у дослідженні запропоновано інструментарій оцінки ефективності діяльності суб'єктів малого підприємництва, який був би орієнтований на використання в практиці роботи малих підприємств.

З цією метою нами пропонується використовувати три основних показники: обсяг реалізованої продукції (роздрібного товарообороту) – характеризує загальні результати роботи; прибуток і рентабельність господарської діяльності – характеризують ступінь досягнення фінансових результатів; частка ринку підприємства, яка визначає конкурентну позицію підприємства в зоні його діяльності.

Методика оцінки ефективності діяльності, запропонована нами, побудована на розрахунках показників лише мережі малих підприємств – без урахування результатів діяльності великих торговельних підприємств (ТРЦ, торговельних мереж тощо, які конкурують між собою) і конкуренцію яким підприємства малого бізнесу створити не можуть.

Система показників оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу наведена у табл. 1.

Запропонованою нами методикою оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу у сфері торгівлі передбачено проведення аналізу як окремих показників (для визначення підприємств, що мають кращі результати роботи), так і розрахунок єдиного показника, що дасть можливість спрогнозувати основні тенденції їх змін у перспективі та визначити конкурентні позиції на регіональних ринках.

Оцінку ефективності пропонується провести у три етапи:

– оперативна оцінка, що дозволяє зробити попередні (оперативні) висновки стосовно рівня ефективності їх діяльності та визначити проблемні місця у роботі окремих підприємств на дату аналізу;

Таблиця 1

Система показників оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу та їх взаємозв'язок

Результати діяльності підприємств в залежності від рентабельності (прибутку) і обсягів реалізованої продукції	Взаємозв'язок показників
1. Отримати максимальний прибуток (рентабельність) при зростанні обсягів реалізованої продукції	$TЗ_{рен.} > TЗ_{орп}$ при $TЗ_{рен.} > 0, TЗ_{орп} > 0$
2. Досягнути максимально можливих обсягів реалізованої продукції при зростанні прибутку (рентабельності)	$TЗ_{орп} > TЗ_{рен.}$ при $TЗ_{рен.} > 0, TЗ_{орп} > 0$
3. Отримати максимальний прибуток (рентабельність) при зниженні обсягів реалізованої продукції	$TЗ_{рен.} > 0, TЗ_{орп} < 0$
4. Досягнути максимально можливих обсягів реалізованої продукції при зниженні прибутку (рентабельності)	$TЗ_{орп} > 0, TЗ_{рен.} < 0$
5. Зниження прибутку (рентабельності) і обсягів реалізованої продукції	$TЗ_{рен.} < 0, TЗ_{орп} < 0$

Примітка. $TЗ_{рен.}$ – темпи змін рентабельності (прибутку від реалізації);

$TЗ_{орп}$ – темпи змін обсягів реалізованої продукції

Джерело: узагальнено та систематизовано автором за джерелами [7; 8; 10; 15]

– рейтингова оцінка (розрахунок еталонних показників, відносних коефіцієнтів та єдиного інтегрального показника) дозволяє визначити загальний рейтинг підприємств;

– визначення конкурентних позицій підприємств на локальному ринку [8; 9; 11–13].

У дослідженні розрахунок інтегрального показника (R_{ij}) здійснено за методом рівномірної оптимальності та адитивного згортання [11] за формулою (1):

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

де $J = [1; m]$;

$k_{i(j)}$ – нормалізоване значення i -го показника j -го підприємства;

n – кількість показників;

m – кількість підприємств.

Послідовність оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств малого бізнесу наведена у структурно-логічній схемі (рис. 1).

Апробація запропонованої методики у статті проведена на матеріалах 23 малих підприємств Полтавської ОТГ Полтавської області.

Результати розрахунків у процесі оперативної оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу (табл. 2) показали, що за період 2018–2020 рр. 24,64% підприємств мали високий рівень ефективності, 26,09% – середній, 23,19% – низький і 26,09% – показали неефективну роботу.

Отже, більше 50% малих підприємств Полтавської ОТГ мали високий і достатній рівень ефективності діяльності.

При цьому жодне із підприємств протягом усього періоду 2018–2020 рр. не показало стабільної ефективної роботи, як і рівень «неефективна робота», який в окремі роки мали від 2 до 10 підприємств. Отже, для малих торговельних підприємств Полтавської ОТГ в цілому були характерними високий, середній та низький рівні ефективності роботи.

Проведений у дослідженні розрахунок рейтингів окремих підприємств за обсягами реалізованої продукції, рентабельністю операційної діяльності та часткою ринку дозволив визначити місце та загальний рейтинг ефективності діяльності малих підприємств торгівлі Полтавської ОТГ за оперативною оцінкою (табл. 3).

Як видно, 1-5 місця займали підприємства, які мали найвищі рейтинги за окремими показниками, водночас серед досліджуваних підприємств не виявлено жодного, яке займало би лідерські позиції за всіма показниками на протязі усього періоду досліджень. Так, перше місце у рейтингу за 2018–2020 рр. посіло підприємство №15 із загальною сумою місць 19, у тому числі у 2018 році – 8, у 2019 – 5, у 2020 – 6. Друге місце посіло підприємство № 23 із загальною сумою місць 21, у тому числі у 2018 році – 1, у 2019 – 6, у 2020 – 14 місце.

Таблиця 2

Оперативна оцінка рівня ефективності діяльності торговельних підприємств малого бізнесу Полтавської ОТГ за 2018–2020 рр.

Роки \ № підприємств	Рівень ефективності			
	високий	середній	низький	неефективна робота
2018	2, 11, 13, 20, 21, 23	4, 5, 8, 9, 14, 15, 17, 19	1, 3, 6, 10, 16, 18, 22	7, 12
2019	7, 9, 13, 21, 15	4, 6, 10, 12, 16, 17, 23	3, 5, 20, 22	1, 2, 8, 11, 14, 18, 19
2020	4, 8, 12, 14, 15, 19	5, 17, 20	1, 2, 7, 10, 23	3, 6, 9, 11, 13, 16, 18, 21, 22
Всього 2018–2020 р.	17	18	16	18

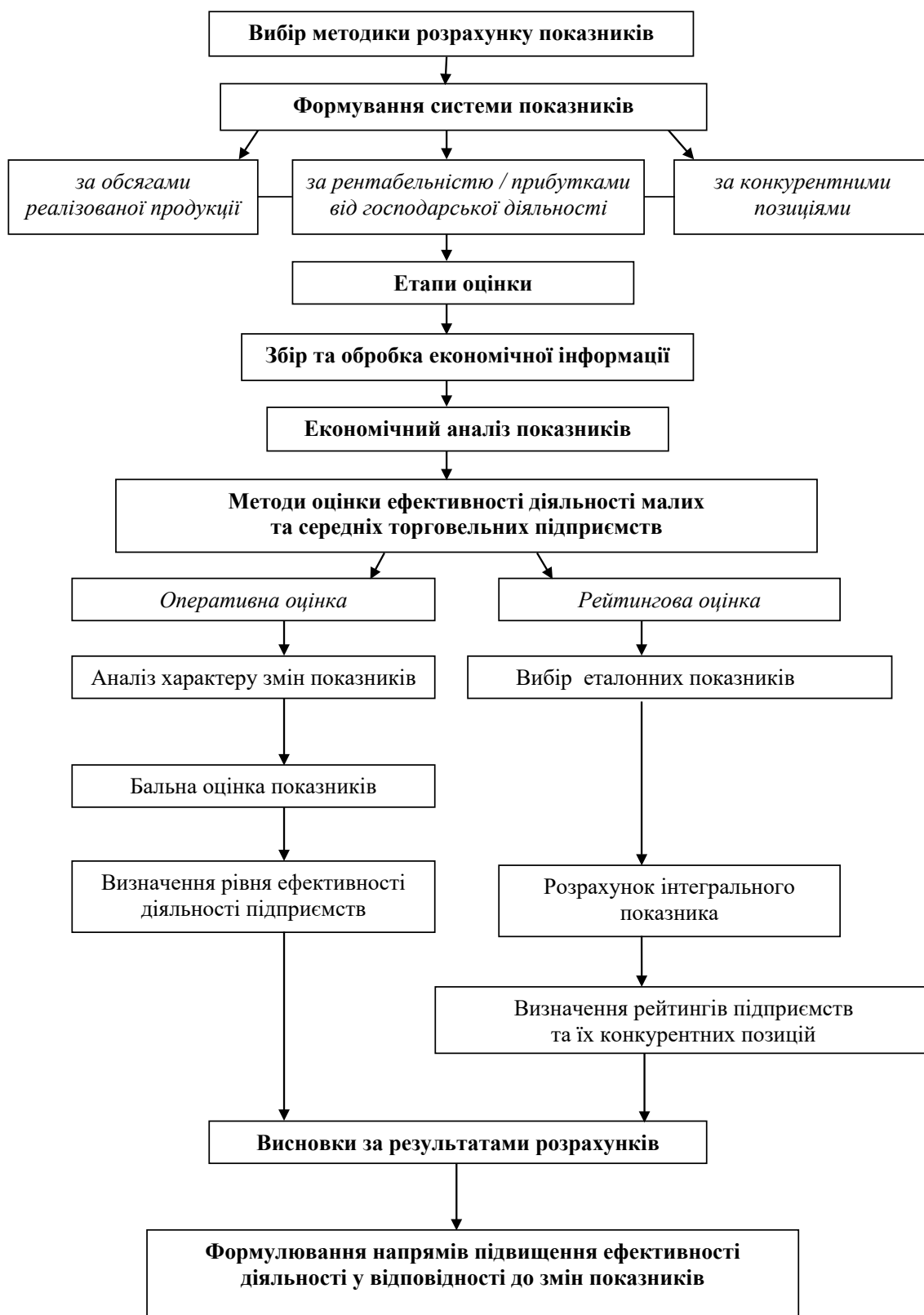


Рис. 1. Структурно-логічна схема оцінки ефективності господарської діяльності підприємств малого бізнесу у сфері торгівлі

Джерело: систематизовано автором за джерелами [8; 11; 15]

Таблиця 3

Визначення загального рейтингу ефективності діяльності підприємств малого бізнесу у сфері торгівлі за оперативною оцінкою обсягів реалізованої продукції, частки ринку, рентабельності діяльності за 2018–2020 рр.

Підприємства	2018 рік		2019 рік		2020 рік		Рейтинг	
	середні значення рейтингів за показниками	місце	середні значення рейтингів за показниками	місце	середні значення рейтингів за показниками	місце	сума місць	загальний рейтинг
1	13,7	14	17,0	18	12,7	13	45	19
2	5,0	4	17,7	19	16,7	19	42	17
3	18,0	21	16,7	17	16,3	18	56	22
4	10,3	9	9,3	9	6,0	5	23	4
5	14,7	15	8,7	7	12,0	11	33	9
6	15,7	17	10,3	11	15,0	15	43	18
7	19,0	23	4,3	3	12,0	10	36	12
8	11,3	10	22,0	23	1,3	1	34	10
9	11,3	11	4,0	1	22,0	23	35	11
10	16,0	18	10,0	10	12,0	9	37	13
11	5,0	3	18,3	20	15,7	17	40	14
12	18,3	22	7,7	4	5,0	3	29	6
13	2,0	2	4,0	2	19,3	20	24	5
14	16,0	19	19,0	21	3,0	2	42	15
15	7,0	8	7,7	5	6,7	6	19	1
16	15,3	16	11,0	12	19,3	21	49	21
17	13,7	13	14,7	15	5,3	4	32	8
18	15,0	16	14,7	16	15,3	16	48	20
19	13,3	12	21,0	22	7,0	7	41	16
20	6,7	7	11,3	13	12,3	12	32	7
21	6,0	6	9,3	8	10,7	8	22	3
22	17,3	20	14,0	14	20,3	22	56	23
23	2,0	1	8,3	6	13,3	14	21	2

Таким чином, оперативний аналіз ефективності діяльності підприємств малого бізнесу засвідчив, що у різні роки окремі підприємства суттєво змінювали показники ефективності, що характерно для підприємств малого та середнього бізнесу у сфері торгівлі.

З метою вирівнювання результатів аналізу окремих показників підприємств за ряд років, а також кожного підприємства в цілому за період, що аналізується, у дослідженні використано методику адитивного згортання. Вона передбачає розрахунок єдиного інтегрального показника, який надає узагальнюючі результати, дозволяє розрахувати нормалізовані значення показників для кожного підприємства, врахувати характер змін окремих показників та порівняти їх з кращими в групі, визначивши, таким чином, рейтинг підприємства на локальному ринку [8; 9; 11–14].

Для цього нами використано наступну залежність між показниками, що аналізуються (2):

$$K_i(j) = \frac{x_i(j) - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (2)$$

де $x_i(j)$ – величина i -го показника j -го підприємства;

x_{\min} – мінімальне значення i -го показника;

x_{\max} – максимальне значення i -го показника.

Використання показників темпів змін обсягів реалізованої продукції, частки ринку та рентабельності господарської діяльності у процесі розрахунку стандартизованих коефіцієнтів та єдиного інтегрального показника дозволило визначити рейтинги підприємств за методикою адитивного згортання (табл. 4).

Результати розрахунків свідчать про наявність суттєвих змін рейтингів підприємств по роках, що характерно для діяльності малих підприємств в умовах економічної кризи. Так, підприємство № 7 займало позиції: у 2018 році – 21, у 2019 р. – 1, у 2020 р. – 10, підприємство № 8 – 16, 22, 1, № 9 – 9, 2, 23 відповідно. Суттєво змінювалися рейтинги і інших підприємств. Разом з тим, найвищі позиції за період 2018–2020 рр. займали малі підприємства № 15, 17, 4.

Проведені розрахунки дозволили визначити рейтинг підприємств малого бізнесу за методиками оперативної оцінки та адитивного згортання. Порівняння рейтингів показало дещо відмінні результати. Вирівняти показники у дослідженні запропоновано шляхом розрахунку конкурентних позицій підприємств

Таблиця 4

**Визначення рейтингів підприємств малого бізнесу Полтавської ОТГ
за 2018–2020 роки (метод адитивного згортання)**

Підприємства	Інтегральні показники			Рейтинги		
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
1	1,00	1,19	1,02	14	18	12
2	1,78	0,64	0,92	4	21	17
3	0,50	1,26	0,95	22	17	15
4	1,17	1,81	1,21	10	7	5
5	0,75	1,83	1,07	20	6	8
6	0,99	1,42	0,95	15	12	18
7	0,65	2,68	1,04	21	1	10
8	0,98	0,49	2,46	16	22	1
9	1,20	2,18	0,15	9	2	23
10	1,02	1,31	1,01	13	16	13
11	2,14	1,04	0,93	3	19	16
12	0,37	2,02	1,22	23	3	4
13	2,75	1,75	0,65	1	8	21
14	0,92	0,44	1,77	17	23	3
15	1,39	1,92	1,19	7	4	6
16	1,02	1,39	0,79	12	14	20
17	1,06	1,73	1,87	11	9	2
18	1,23	1,39	0,95	8	13	14
19	0,89	0,70	1,14	18	20	7
20	1,56	1,60	1,04	6	11	11
21	1,74	1,70	1,06	5	10	9
22	0,78	1,38	0,54	19	15	22
23	2,65	1,92	0,87	2	5	19

Таблиця 5

Визначення конкурентних позицій підприємств малого бізнесу Полтавської ОТГ за 2018–2020 роки

Підприємства	Рейтинги підприємств за методиками розрахунків				Сума рейтингів за методиками розрахунків	Конкурентні позиції підприємств
	за оперативною оцінкою		за методом адитивного згортання			
	сума рейтингів	загальний рейтинг	сума рейтингів	загальний рейтинг		
1	45	19	44	16	35	18
2	42	17	42	15	32	14
3	56	22	54	22	44	22
4	23	4	22	3	7	2
5	33	9	34	11	20	9
6	43	18	45	18	35	19
7	36	12	32	9	21	10
8	34	10	39	14	24	12
9	35	11	34	10	21	11
10	37	13	52	20	33	16
11	40	14	38	13	27	13
12	29	6	30	8	14	8
13	24	5	30	7	12	6
14	42	15	53	21	36	20
15	19	1	17	1	2	1
16	49	21	46	19	40	21
17	32	8	22	2	10	5
18	48	20	35	12	32	15
19	41	16	45	18	34	17
20	32	7	28	6	13	7
21	22	3	24	4	7	3
22	56	23	56	23	46	23
23	21	2	26	5	7	4

емств, які визначалися як сума рейтингів, розрахованих за різними методиками (табл. 5).

Як видно, при розрахунку конкурентних позицій підприємств малого бізнесу методом операційної оцінки і методом адитивного згортання не змінили позиції три підприємства (№ 3, 15, 22), покращили позиції – 11 підприємств (№ 1, 2, 4, 6, 7, 9, 11, 16, 17, 18, 20), погіршили позиції – 9 підприємств (5, 8, 10, 12, 13, 14, 19, 21, 23). Серед підприємств, що суттєво погіршили рейтингові позиції – підприємства № 10, 14, 23.

Конкурентні позиції з 1 про 3 зайняли підприємства № 15, 4, 21, для яких характерні переважно високий рівень ефективності, з 4 по 12 – середній рівень, з 13 по 23 – переважно низький рівень ефективності.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Таким чином, запропоновані нами

методичні підходи до оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств малого бізнесу дозволили нам визначити їх конкурентні позиції та надати об'єктивну оцінку рівню ефективності діяльності підприємств. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємств малого бізнесу сфери торгівлі, апробований нами на матеріалах Полтавської ОТГ, який ґрунтується на використанні рейтингових методів оцінки основних показників діяльності підприємств, показав його практичну спрямованість та можливість бути реалізованим у господарській діяльності підприємств.

Результати оцінки ефективності діяльності та визначення конкурентних позицій підприємств можуть використовуватися у подальших дослідженнях стратегії розвитку підприємств малого бізнесу у сфері торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власова Н. О., Чорна М. В., Бєляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі : монографія. Харків : ХДУХТ, 2013. 157 с.
2. Чорна М. В., Філіпішина Л. М. Формування цінової політики підприємств роздрібно торгівлі : монографія. Харків : ХДУХТ, 2007. 155 с.
3. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса. Москва, 2005. 272 с.
4. Енциклопедія Бізнесмена, Економіста, Менеджера / за ред. Р. Дякіна. Київ : МЕФ, 2000. 703 с.
5. Краснокутська Н. С., Алтухова І. О. Сучасні підходи до визначення сутності ефективності діяльності підприємств. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків : ХДУХТ, 2007. Вип. 1(3). С. 148–154.
6. Бєляєва М. В. Оцінка ефективності діяльності підприємств торгівлі в сучасних економічних умовах. *Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр.* Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. Вип. 244 : в 5 т. Т. 1. С. 183–189.
7. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие. [2-е изд., перераб. и доп.]. Минск : Экоперспектива, 1998. 498 с.
8. Смольнякова Н. М. Формування ефективної цінової політики підприємств торгівлі продовольчими товарами : дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2011. 230 с.
9. Власова Н. О. Оцінка ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств громадського харчування. Харків : ХДАТОХ, 1998. 127 с.
10. Зайцева Н. О. Методичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємств торгівлі. *Регіональні перспективи*. 2002. № 5(24). С. 105–108.
11. Бєнь Т. Г., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2002. № 6. С. 53–60.
12. Пласкова Н. С. Стратегический и текущий анализ : учебник. Москва : Эксмо, 2007. 656 с. (Полный курс МВА).
13. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз. Харків : Фактор, 2007. 784 с.
14. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2011. 454 с.
15. 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.
16. Власова Н. О. та ін. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств роздрібно торгівлі : монографія. Харків : видавництво Іванченка І. С., 2012. 197 с.
17. Прокопчук А. П. Теоретико-методологічні аспекти визначення ефективності діяльності підприємства торгівлі в сучасній науковій думці. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. Львів, 2005. Вип. 19. С. 245–250.
18. Сальников И. И., Виноградова Н. И. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2012. № 4. С. 234–237.
19. Краус К. М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, доміанти розвитку : монографія. Полтава : Дивосвіт, 2013. 164 с.

REFERENCES

1. Vlasova N. O. (2013) *Ekonomichniy mekhanizm rehuliuвання pidpriemnytskoi diialnosti v rozdribnii torhivli: monohrafiia*. Kharkiv: KhDUKht. (in Ukrainian)
2. Chorna M. V. (2007) *Formuvannya tsinovoї polityky pidpriemstv rozdribnoi torhivli: monohrafiia*. Kharkiv: KhDUKht. (in Ukrainian)
3. Meier M. V. (2005) *Otsenka efektyvnosti byznesa*. Moskva. (in Russian)
4. Diakina R. et al. (2000) *Entsyklopediia Biznesmena, Ekonomista, Menedzhera*. Kyiv: MEF. (in Ukrainian)
5. Krasnokutska N. S. (2007) *Suchasni pidkhody do vyznachennia sutnosti efektyvnosti diialnosti pidpriemstv [Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh]*. Kharkiv: KhDUKht. (in Ukrainian)
6. Bieliaieva M. V. (2008) *Otsinka efektyvnosti diialnosti pidpriemstv torhivli v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: zb. nauk. pr.]*. Dnipropetrovsk: DNU. (in Ukrainian)
7. Savytskaia H. V. (1998) *Analiz khoziaistvennoi deiatelnosti predpriyatiia: ucheb. posobyie*. Mynsk: Ekoperspektyva. (in Russian)
8. Smolniakova N. M. (2011) *Formuvannya efektyvnoi tsinovoї polityky pidpriemstv torhivli prodovolchymy tovaramy: dys. kand. ekon. nauk*. Kharkiv. (in Ukrainian)
9. Vlasova N. O. (1998) *Otsinka efektyvnosti hospodarsko-finansovoї diialnosti pidpriemstv hromadskoho kharchuvannia*. Kharkiv: KhDATOKh. (in Ukrainian)
10. Zaitseva N. O. (2002) *Metodychni pidkhody do otsinky efektyvnosti diialnosti pidpriemstv torhivli. Rehionalni perspektyvy*, 5(24), 105–108. (in Ukrainian)
11. Ben' T. H. (2002) *Intehralna otsinka finansovoho stanu pidpriemstva. Finansy Ukrainy*, 6, 53–60. (in Ukrainian)
12. Plaskova N. S. (2007) *Stratehycheskyi y tekushchyi analiz: uchebnyk*. Moskva: Eksmo (Polnyi kurs MVA). (in Russian).
13. Kostyrko R. O. (2007) *Finansovyi analiz*. Kharkiv: Faktor. (in Ukrainian)
14. Popovych P.Ia. (2011) *Ekonomichniy analiz diialnosti subiektiv hospodariuvannia: pidruchnyk*. Ternopil: Ekonomichna dumka. (in Ukrainian)
15. Diadin A. S. (2017) *Otsinka efektyvnosti pidpriemnytskoi diialnosti v rozdribnii torhivli. Kvalifikatsiina naukova pratsia na pravakh rukopysu: dysertatsiia na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata ekonomichnykh nauk (doktora filosofii) za spetsialnistiu 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti)» (051 – Ekonomika)J*. Kharkiv: Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannia ta torhivli Ministerstva osvity i nauky Ukrainy. (in Ukrainian)
16. Vlasova N. O. et al. (2012) *Otsinka efektyvnosti hospodarskoї diialnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli: monohrafiia*. Kharkiv: vydavnytstvo Ivanchenko I.S. (in Ukrainian)
17. Prokopchuk A. P. (2005) *Teoretyko-metodolohichni aspekty vyznachennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva torhivli v suchasni naukovi dumtsi. Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Seriia ekonomichna*, 19, 245–250. (in Ukrainian)
18. Calnykov Y. Y. (2012) *Metodycheskye podkhody k otsenke efektyvnosti deiatelnosti predpriyatiy roznychnoi torhovly. Vestnyk Belhorodskoho unyversyteta kooperatsyy, ekonomyyky y prava*, 4, 234–237. (in Russian)
19. Kraus K. M. (2013) *Upravlinnia marketynhom maloho torhovelnogo biznesu: kontseptsii, orhanizatsiia, dominanty rozvytku: Monohrafiia*. Poltava: Dyvosvit. (in Ukrainian)

Peter Balaban, Anton Ovsienko, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka “Poltava University of Economics and Trade”. **Small business in the field of trade: practical-oriented methods of evaluation of efficiency of enterprises**

Annotation. Purpose. The purpose of the article is to substantiate methodological approaches to assessing the effectiveness of economic activity of small and medium enterprises. The strategy for the development of small and medium-sized enterprises should include, above all, efficient work, cost reduction and profit, which will allow them to compete successfully in regional markets for goods and services. Efficiency and profitable activities are one of the priorities of enterprise management, characterize their opportunities in competition. That is why the economic analysis of qualitative and quantitative indicators and the development of economically sound conclusions and recommendations in the process of assessing the effectiveness of economic activity is a prerequisite for the successful operation of enterprises in a market economy. The article considers the main approaches to assessing the effectiveness of commercial enterprises, taking into account the specifics of small and medium-sized businesses. A simplified assessment methodology has been proposed that can be used by small and medium-sized enterprises in the practice of their economic activity. **Methodology of research.** To solve the tasks set in the article, general scientific and special research methods were used: analysis and synthesis, economic and mathematical, systematization and generalization. **Results.** The methodology proposed in the study involves the use of a system of indicators: sales volumes, profits / profitability of economic activity and market share. It is proposed to evaluate the effectiveness of the study in three stages: 1) operational evaluation, which allows to determine the level of performance; 2) rating assessment, which involves the calculation of benchmarks, relative coefficients and integrated indicators; 3) determining the competitive position of enterprises. **The practical significance of the research results.** The method of assessing the effectiveness of small and medium enterprises is tested on the materials of Poltava OTG. Operational assessment of the efficiency of small commercial enterprises allowed to make preliminary conclusions about the level of efficiency and identify problems in the work of individual enterprises at the date of analysis. The calculation of the integrated indicator and ratings of enterprises determined their competitive positions in local markets and allowed to predict the main trends of their changes in the future.

Keywords: small and medium business, trade, methods of efficiency assessment, method of uniform optimality, additive folding.