

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

*Розглянуто особливості оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства на продовольчому ринку. Розроблено систему показників для побудови моделі конкурентоспроможності торговельних підприємств. Розраховані оцінки і радарі конкурентоспроможності*

**Постановка проблеми.** Проблема забезпечення ефективного механізму конкурентоспроможності вітчизняних підприємств займає ключове значення в стратегії розвитку національної економіки України.

Оцінка як власної конкурентоспроможності, так і конкурентоспроможності конкурентів для торговельного підприємства у посткризовий набуває підвищеної актуальності. Саме тому підприємство повинно правильно оцінити його конкурентів та їх інтереси, галузь в якій воно функціонує, виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоздатність та конкурентостійкість. [0]

**Стан вивчення проблеми.** В рамках процесів інтеграції і глобалізації вітчизняні підприємства опиняються у стані конкуренції з сильними і потужними іноземними компаніями як на зовнішніх так і на внутрішніх ринках. Отже, проблема забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств – це питання їх існування на ринку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням теорії конкуренції та конкурентоспроможності підприємства приділяли увагу багато як зарубіжних науковців – М. Портер [0], І. Ансофф [0], Е. Кемпел [0], так і вітчизняних дослідників – Ю.О. Капітанець [0], І.З. Должанський [0], А.А. Мазараки [0], М.В. Чорна [0], А.Е. Воронкова [0]. Безпосередньо проблемі аналізу конкуренції в галузі присвятили свої праці такі російські вчені, як Г.Л. Азоев [0], Р.А. Фатхутдінов [0], А.П. Градов [0], та ін. Роботи [0, 0, 0, 0] мають міцний фундаментальний характер щодо досліджуваних проблем формування і управління конкурентоспроможністю суб'єкта ринку. Е. Кемпел, К.С. Лаос, Г. Хемел та К. Прахалад досліджують синергетичні аспекти конкурентоспроможності фірм [0]. А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібіс [0] пропонують вирішення питання стратегічної орієнтації управління конкурентоспроможністю підприємства на основі концепції формування конкурентоспроможного потенціалу. У роботах [0, 0] визначено основи

функціонування торгових ринків як підприємств торгівлі; та досліджено аспекти формування їх конкурентоспроможності. У Роботі Г.Л. Азоева [127] розглянуто питання діагностики конкурентного середовища підприємства, прийоми та методи аналізу діяльності конкурентів. Не зважаючи на багатоаспектне дослідження даної проблеми, на наш погляд, питання вибору конкретного методичного підходу та самої методики оцінки конкурентоспроможності досі залишаються дискусійними.

**Мета досліджень.** Розробка авторської методики оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств.

**Викладення основного матеріалу.** На сучасному етапі існує велика кількість теоретичних розробок та практичних методів щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємства. Така множинність підходів породжена не тільки складністю самого поняття конкурентоспроможності підприємства, а й специфікою оцінюваного підприємства. Тому, докладно проаналізувавши наукові джерела та враховуючи особливості такої категорії, як "торговельне підприємство продовольчого ринку" розглянемо існуючі методи та підходи, які можуть застосовуватися для оцінки їх конкурентоспроможності.

Етап 1 Вибір показників.

Ґрунтуючись на підходах, розроблених російськими науковцями [0], враховуючи обмеженість статистичної інформації щодо діяльності торговельних підприємств в зв'язку з комерційної таємницею, недосконаліми формами статистичної звітності, а також положенням синергетичного підходу, яке полягає у обранні ключових показників для характеристики певного явища і використовуючи відкриту статистичну інформацію, що розміщена на сайті Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку, нами було розроблено наступну систему показників для побудови моделі конкурентоспроможності торговельних підприємств (табл. 1).

Таблиця 1. Визначення показників для побудови моделі конкурентоспроможності

№	Найменування показника	Формула розрахунку
1.	Ліквідність, %	поточні активи / поточні зобов'язання
2.	Грошова ліквідність, %	грошові кошти та їх еквіваленти / поточні зобов'язання
3.	Частка позиченого капіталу в активах, %	довгострокові та поточні зобов'язання / активи
4.	Частка основних засобів в активах, %	основні засоби / активи
5.	Рівень зносу основних засобів, %	знос / первісна вартість основних засобів
6.	Рентабельність реалізації, %	(чистий дохід від реалізації – собівартість реалізованої продукції (товарів)) / чистий дохід
7.	Частка ринку, %	Обсяг реалізації підприємства/ обсяг роздрібної торгівлі продовольчими товарами
8.	Експертна оцінка якості асортименту, балів	Опитування експертів та визначення середньої оцінки

Етап 2 Вибір підприємств і збір вихідних даних.  
Для проведення моделювання рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства нами було обрано підприємства галузі роздрібної торгівлі з різних регіонів, основна діяльність яких відбувається на продовольчому ринку України.

Вибірка підприємств складається з 7 продуктивних торговельних підприємств з м. Києва, Миколаївської, Сумської, Полтавської, Черкаської, Чернігівської та Тернопільської областей. Метою було повне охоплення

географічних напрямів України. При даному виборі представлені Південь, Північ, Захід, Схід і Центр України, а також м. Київ – регіон з найвищим рівнем розвитку конкурентного середовища торговельної сфери продовольчих товарів.

В зв'язку з тим, що дане дослідження є науковим, а не комерційним, і за мету було поставлено дослідити особливості запропонованої нами методики, дійсні назви досліджуваних підприємств було замінено порядковими номерами.

Таблиця 2. Розрахунок показників для побудови моделі конкурентоспроможності торговельного підприємства

Підприємство	Регіон	Роки	Ліквідність, %	Грошова ліквідність, %	Доля позиченого капіталу в активах, %	Доля основних засобів в активах, %	Рівень зносу основних засобів, %	Рентабельність реалізації, %	Доля ринку, %	Експертна оцінка якості асортименту, балів
		мак	1038,0	40,0	100,0	98,0	69,0	100,0	0,95	7
		мін	17,0	0,0	0,0	0,0	15,0	9,0	0,12	7
Ідеальне підприємство			1100%	40	100	98	15	100	1	10
Підприємство № 1	Миколаївська обл.	2006	115,0	11,0	84,0	3,0	36,0	9,0	0,50	7
		2007	332,0	5,0	98,0	0,0	49,0	11,0	0,60	8
		2008	700,0	6,0	97,0	0,0	56,0	13,0	0,70	6
		2009	470,0	12,0	97,0	1,0	52,0	14,0	0,60	7
Підприємство № 2	м. Київ	2006	141,0	1,0	68,0	60,0	38,0	43,0	0,80	8
		2007	178,0	1,0	72,0	59,0	42,0	93,0	0,84	8
		2008	218,0	4,0	70,0	55,0	46,0	91,0	0,86	7
		2009	220,0	2,0	69,0	50,0	49,0	92,0	0,95	6
Підприємство № 3	Тернопільська	2006	827,0	36,0	0,0	98,0	50,0	100,0	0,45	9
		2007	960,0	40,0	0,0	97,0	50,0	100,0	0,12	4
		2008	1038,0	40,0	0,0	96,0	50,0	100,0	0,56	5
		2009	1017,0	40,0	0,0	95,0	51,0	100,0	0,48	8
Підприємство № 4	Полтавська	2004	17,0	0,0	100,0	83,0	41,0	32,0	0,35	9
		2005	20,0	0,0	91,0	81,0	40,0	31,0	0,45	2
		2006	21,0	1,0	93,0	80,0	37,0	32,0	0,48	5
		2007	34,0	1,0	93,0	68,0	42,0	36,0	0,68	8
		2008	41,0	1,0	93,0	62,0	47,0	36,0	0,59	6
Підприємство № 5	Чернігівська	2004	109,0	19,0	34,0	61,0	51,0	16,0	0,33	7
		2005	91,0	15,0	75,0	33,0	54,0	16,0	0,33	5
		2006	58,0	13,0	84,0	46,0	28,0	15,0	0,35	8
		2006	58,0	13,0	84,0	46,0	28,0	15,0	0,38	9
		2007	89,0	19,0	38,0	80,0	49,0	17,0	0,41	7
		2008	139,0	3,0	58,0	33,0	69,0	16,0	0,39	6
Підприємство № 6	Сумська	2004	50,0	1,0	100,0	38,0	46,0	15,0	0,84	7
		2005	107,0	10,0	46,0	58,0	32,0	17,0	0,86	4
		2006	121,0	4,0	49,0	56,0	29,0	19,0	0,41	6
		2007	99,0	1,0	47,0	74,0	31,0	18,0	0,46	8
		2008	101,0	1,0	42,0	74,0	36,0	23,0	0,42	9
Підприємство № 7	Черкаська	2006	103,0	17,0	45,0	3,0	26,0	17,0	0,95	3
		2007	377,0	25,0	20,0	6,0	15,0	18,0	0,92	6
		2008	228,0	6,0	33,0	6,0	17,0	16,0	0,84	6
		2009	203,0	10,0	31,0	5,0	23,0	11,0	0,76	8

Етап 3. Розрахунок коефіцієнту конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Для проведення розрахунку коефіцієнту конкурентоспроможності було використано методику знаходження інтегрального рейтингового показника [0], але адаптовану для торговельних підприємств на продовольчому ринку. Сутність даної методики полягає в наступному: розраховують всі необхідні показники для групи економічних систем (підприємств, регіонів, тощо), позначаючи кожний з них  $a_{ij}$ , де в нашому випадку,  $j$  позначає регіон, для якого розраховується  $i$ -тий показник. Потім для кожного показника серед його значень для кожного регіону обирається найкращий – частіше, або максимальний, або мінімальний.

Наступним кроком є розрахунок ступеню відхилення за формулами:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{a_{ij}^{\max}} \quad \text{або} \quad x_{ij} = \frac{a_{ij}^{\min}}{a_{ij}} \quad (1),$$

в залежності від рівня найкращого значення  $i$ -того показника.

Далі робиться розрахунок рейтингової оцінки показника за формулою середньоквадратичної за Колмагоровим:

$$R_j^3 = \sqrt{\frac{x_{1j}^2 + x_{2j}^2 + \dots + x_{nj}^2}{n}} \quad (2)$$

На заключення підприємства ранжують  $R_j^1$  та  $R_j^2$  від мінімального до максимального та  $R_j^3$  і  $R_j^4$  навпаки, від максимального до мінімального.

Отриманий таким чином коефіцієнт дасть уявлення про внутрішній рівень використання певних можливостей відносно підприємства з найкращим рівнем його використання. Економічний зміст його буде полягати у визначенні внутрішньо-відносної оцінки використання зовнішніх умов певним підприємством в рамках загальної економічної системи, яка охоплює всю галузь роздрібною торгівлі продовольчими товарами.

Розрахунки виконані у таблиці 3.

Таблиця 3. Розрахунок коефіцієнту конкурентоспроможності торговельного підприємства

Підприємство	Рік	Ліквідність	Грошова ліквідність	Частка позиченого капіталу в активах	Частка основних засобів в активах	Рівень зносу основних засобів	Рентабельність реалізації	Частка ринку	Експертна оцінка якості асортименту	Розвиток конкурентного середовища	Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства
Підприємство № 1	2006	0,10	0,28	1,19	0,03	0,42	0,09	0,50	0,70	0,239	0,525
	2007	0,30	0,13	0,98	0,00	0,31	0,11	0,60	0,80	0,237	0,498
	2008	0,64	0,15	0,97	0,00	0,27	0,13	0,70	0,60	0,227	0,512
	2009	0,43	0,30	0,97	0,01	0,29	0,14	0,60	0,70	0,223	0,496
Підприємство № 2	2006	0,13	0,03	0,68	0,61	0,39	0,43	0,80	0,80	0,87	0,599
	2007	0,16	0,03	0,72	0,60	0,36	0,93	0,84	0,80	0,865	0,666
	2008	0,20	0,10	0,70	0,56	0,33	0,91	0,86	0,70	0,870	0,648
	2009	0,20	0,05	0,69	0,51	0,31	0,92	0,95	0,60	0,869	0,644
Підприємство № 3	2006	0,75	0,90	0,00	1,00	0,30	1,00	0,45	0,90	0,1890	0,708
	2007	0,87	1,00	0,00	0,99	0,30	1,00	0,12	0,40	0,188	0,670
	2008	0,94	1,00	0,00	0,98	0,30	1,00	0,56	0,50	0,187	0,710
	2009	0,92	1,00	0,00	0,97	0,29	1,00	0,48	0,80	0,194	0,729
Підприємство № 4	2004	0,02	0,00	1,00	0,85	0,37	0,32	0,35	0,90	0,291	0,575
	2005	0,02	0,00	0,91	0,83	0,38	0,31	0,45	0,20	0,301	0,481
	2006	0,02	0,03	0,93	0,82	0,41	0,32	0,48	0,50	0,298	0,513
	2007	0,03	0,03	0,93	0,69	0,36	0,36	0,68	0,80	0,300	0,558
	2008	0,04	0,03	0,93	0,63	0,32	0,36	0,59	0,60	0,295	0,505
Підприємство № 5	2004	0,10	0,48	0,34	0,62	0,29	0,16	0,33	0,70	0,294	0,413
	2005	0,08	0,38	0,75	0,34	0,28	0,16	0,33	0,50	0,296	0,391
	2006	0,05	0,33	0,84	0,47	0,54	0,15	0,35	0,80	0,293	0,494
	2006	0,05	0,33	0,84	0,47	0,54	0,15	0,38	0,90	0,291	0,515
	2007	0,08	0,48	0,38	0,82	0,31	0,17	0,41	0,70	0,294	0,461
Підприємство № 6	2008	0,13	0,08	0,58	0,34	0,22	0,16	0,39	0,60	0,290	0,356
	2004	0,05	0,03	1,00	0,39	0,33	0,15	0,84	0,70	0,214	0,529
	2005	0,10	0,25	0,46	0,59	0,47	0,17	0,86	0,40	0,209	0,450
	2006	0,11	0,10	0,49	0,57	0,52	0,19	0,41	0,60	0,215	0,404
Підприємство № 7	2007	0,09	0,03	0,47	0,76	0,48	0,18	0,46	0,80	0,218	0,467
	2008	0,09	0,03	0,42	0,76	0,42	0,23	0,42	0,90	0,210	0,473
	2006	0,09	0,43	0,45	0,03	0,58	0,17	0,95	0,30	0,213	0,446
	2007	0,34	0,63	0,20	0,06	1,00	0,18	0,92	0,60	0,214	0,561
Підприємство № 7	2008	0,21	0,15	0,33	0,06	0,88	0,16	0,84	0,60	0,215	0,482
	2009	0,18	0,25	0,31	0,05	0,65	0,11	0,76	0,80	0,216	0,459

Етап 4 Побудова радару конкурентоспроможності.

Для економічної перевірки вірності обраної системи показників для побудови коефіцієнту конкурентоспроможності було досліджено його зв'язок з таким важливим для підприємства показником, як його прибутковість. Результати побудови лінії регресії з досить

високим для економічних досліджень коефіцієнтом кореляції представлено на рис. 3.

За графіком (рис. 3.) можна виділити дві групи підприємств, на рисунку вони обведені колами та мають підписи №1 та №2.



Рис. 1 Структура і динаміка конкурентоспроможності підприємства №1 (Миколаївська область)

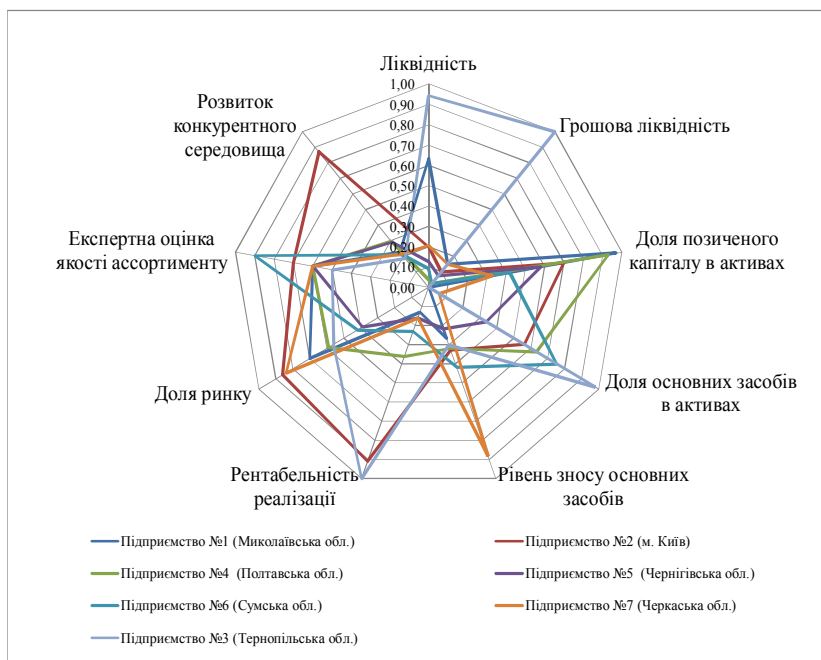


Рис. 2. Радари конкурентноздатності досліджуваних підприємств у 2008 році

Так, в групі №1 спостерігаємо підприємства в яких коефіцієнт конкурентоспроможності знаходиться в межах від 0,3 до 0,55 і прибутковість цих підприємств коливається в межах від -10% до 5%, а у групі №2 коефіцієнт конкурентоспроможності знаходиться в межах від 0,55 до 0,8 і прибутковість цих підприємств коливається в межах 10% -15%. Оскільки ця залежність

підтверджує факт, що чим більша конкурентоспроможність підприємства, тим більше його прибутковість, то можна стверджувати, що розроблена нами система показників для розрахунку даного коефіцієнту конкурентоспроможності адекватна сьогоденніми вітчизняним реаліям.

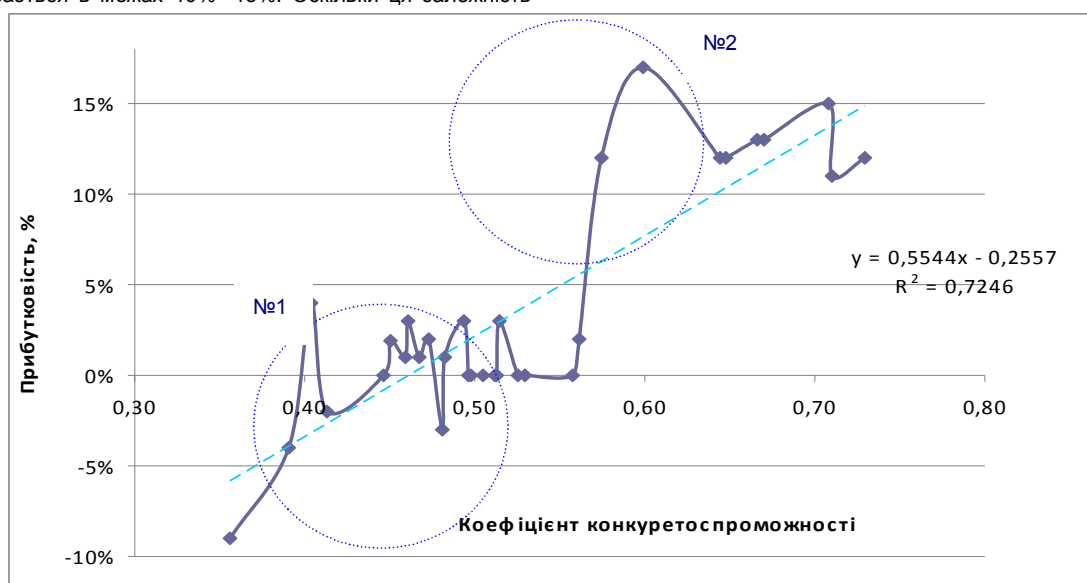


Рис. 3. Графік залежності прибутковості торговельних підприємств від зміни коефіцієнту конкурентоспроможності

#### Висновки та перспективи подальших досліджень.

1. Розроблено та апробовано авторську методику оцінки конкурентоспроможності для торговельних підприємств продовольчого ринку.

2. Встановлено, що дана методика відрізняється простотою та доступністю збору необхідної інформації для її застосування, оскільки базується на відкритій інформації про діяльність продовольчих підприємств.

3. Розраховані оцінки і радари конкурентоспроможності свідчать про відсутність гармонійно розвинутих підприємств. Кожне з розглянутих підприємств має власні сильні та слабкі сторони.

4. Показано існування досить суттєвого кореляційного зв'язку між коефіцієнтом конкурентоспроможності, отриманим за даною методикою, і прибутковістю торговельних підприємств. Це свідчить про те, що отриманий нами коефіцієнт конкурентоспроможності досить реально відображує дійсне становище на підприємстві.

5. Отримані результати можуть бути використані у наступних дослідженнях при розробці механізму забезпечення конкурентоспроможності конкретних торговельних підприємств і розробки стратегій їх подальшого розвитку.

**Список використаної літератури:**

1. *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 2. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416с. 3. *Воронкова А.Е.* та ін. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс. – К.: Техніка, 2000. – 152 с. 4. *Градов А.П.* Экономическая стратегия фирмы / А.П. Градов. – Учеб. Пособие. – СПб.: Спец. Лит., 1999. – 114 с. 5. *Должанський І.З.* Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – Навч. посібник. – К.: Центр навч. літ., – 2006. – 384 с. 6. *Капітанець Ю.О.* Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства / Ю.О. Капітанець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2006. – № 6. – С. 109-113. 7. *Кемпелл Э.* Стратегический синергизм / Э. Кемпелл, К.С. Лаос. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 2004. – 416 с. 8. *Криворотов В.В.* Методология формирования конкурентоспособности предприятия. Препринт. – Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2003 р. 9. *Мазаракі А.А.* та ін. Економіка торговельного підприємства. / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко. – Підручник для вузів. (Під ред. проф. Н.М. Ушакової) – К. "Хрещатик", 1999. – 800 с. 10. *Портер Майкл Е.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер, пер с англ. Е. Калинина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с. 11. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 рр.) "Шляхи Європейської інтеграції" / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с., с. 247. 12. *Терова И.К.* Статистические методы построения обобщенных оценок воспроизводственного процесса развития хозяйствующего субъекта / И.К. Терова // Научные записки НГУЭУ [Электронное научное издание]. – 2007. – № 2. – Режим доступа: [www.nsaem.ru/Science/Publications/Science\\_notes/Archive/2007/2/371.pdf](http://www.nsaem.ru/Science/Publications/Science_notes/Archive/2007/2/371.pdf) 13. *Чорна М.В.* Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / М. В. Чорна. – Харків: ХДУХТ, 2010. – 427с. 14. *Фатхутдинов Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации. / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.

КИРИЧЕНКО Людмила Миколаївна – асистент кафедри економічної теорії Полтавського університету економіки і торгівлі.

**Наукові інтереси:**

– Формування механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами.