



ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 303.7:658.821

МІЩЕНКО Анна, аспірант кафедри фінансового аналізу і контролю КНТЕУ

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Запропоновано механізм формування трирівневої системи показників конкурентоспроможності підприємства торгівлі. Практичне застосування такої системи для виявлення конкурентних переваг забезпечить сприятливі умови для максимально верифікативного ідентифікування конкурентних переваг підприємства торгівлі.

Ключові слова: система показників конкурентоспроможності, конкурентні переваги, інтегральний показник конкурентоспроможності.

Мищенко А. Система показателей конкурентных преимуществ предприятия торговли. Предложен механизм формирования трехуровневой системы показателей конкурентоспособности предприятия торговли. Практическое использование разработанной системы обеспечит благоприятные условия для максимально верифицированной идентификации конкурентного преимущества предприятия торговли.

Ключевые слова: система показателей конкурентоспособности, конкурентное преимущество, интегральный показатель конкурентоспособности.

Постановка проблеми. Сучасні еволюційні процеси ринкового середовища особливо загострюють конкуренцію у всіх її проявах. Насамперед це стосується стабільності функціонування та економічного зростання підприємств торгівлі, оскільки саме торгівля є найбільш динамічною галуззю, що сприймає модифікаційні процеси бізнес-середовища. Так, обсяг обороту роздрібною торгівлі за січень 2014 р. становив 64761.8 млн грн, тобто порівняно з січнем 2013 р. він зріс на 8.8 %, а з січнем 2012 р. – на 14.2 %, що свідчить про стрімке посилення ролі господарської діяльності підприємств торгівлі. Боротьба за лідерські конкурентні позиції ведеться за багатьма напрямками між великою кількістю суб'єктів торговельної діяльності в умовах якісних трансформацій, пов'язаних зі стрімким розвитком роздрібних торговельних мереж європейського стандарту, великих оптових і роздрібних утворень,

корпоративної торговельної мережі, інтернет-торгівлі, що загалом ускладнює конкурентне середовище. Особливо інтенсивно розвиваються корпоративні торговельні мережі, які вирізняються найбільшою часткою ринку за кількістю магазинів у своїй структурі, динамікою відкриття та обсягом товарообороту. Нині за такими критеріями лідерами на вітчизняному ринку є: "АТБ-маркет" (понад 800 магазинів), "Сільпо" (247 магазинів), "Фора" (193 магазини), "Фуршет" (близько 120 магазинів), "Еко-маркет" (104 магазини), "Велика кишеня" (26 магазинів мережі – 40 супер- і 6 гіпермаркетів). Щороку спостерігається позитивна динаміка у збільшенні кількості структурних одиниць цих торговельних мереж, що посилює конкурентний клімат у бізнес-середовищі їх функціонування.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Проблеми аналізу конкурентоспроможності підприємств досліджено в працях багатьох відомих зарубіжних та вітчизняних науковців: Г. Азоєва [1], М. Барної [2], І. Бланка [3], І. Височин [4], В. Лагутіна [5], А. Мазаракі [6], Р. Фатхундинова [7]. Проте еволюційні особливості функціонування підприємств торгівлі у сучасних інтеграційних умовах потребують формування нових уніфікованих методичних підходів, спрямованих на формування сприятливого конкурентного клімату у бізнес-середовищі, що й актуалізує тему дослідження.

Мета дослідження – розробка пропозицій щодо ідентифікування факторів, які створюють конкурентні переваги, та виявлення недоліків у діяльності підприємства, що можуть перешкоджати цьому.

Результати дослідження. Ідентифікувати власні конкурентні фактори пропонується шляхом формування системи показників конкурентоспроможності, що є одним з основних завдань комплексного компаративного аналізу господарської діяльності підприємства торгівлі (далі – ПТ).

Особливістю побудови такої системи показників комплексного компаративного аналізу є включення до неї елементів, які характеризують результативність та ефективність функціонування ПТ. Це забезпечується сформованою системою показників (*табл. 1*), притаманних аналізу господарської діяльності саме підприємства торгівлі.

З метою формування системи показників конкурентоспроможності, яка б характеризувалась максимальною верифікативністю, введенням до неї тільки тих елементів, що створюють квантифікаційний вплив на результативність та ефективність діяльності підприємства, необхідно виключити всі показники, що дублюють один одного та не впливають на досліджуваний об'єкт. Лише профільована таким чином система показників являтиме собою уніфіковану систему конкурентних показників комплексного компаративного аналізу, яка водночас слугуватиме індикатором конкурентних переваг ПТ.

Конкурентні переваги підприємства торгівлі в дослідженні розглядаються як фактори чи комбінація факторів, які роблять діяльність підприємства більш успішною, ніж у конкурентів.

Таблиця 1

Розрахунок ступеня кореляції показників конкурентоспроможності підприємств торгівлі

Показники		"АТБ"	"Сільпо"	"Фора"	"Фуршет"	
РЕСУРСОВИКОРИСТАННЯ						
Коефіцієнт	придатності ОЗ	0.69	0.71	0.7	0.72	
	приросту ОЗ	0.22	0.18	0.18	0.16	
	зносу ОЗ	0.01	0.02	0.02	0.02	
	оновлення ОЗ	0.68	0.49	0.71	0.7	
	вибуття ОЗ	0.6	0.48	0.59	0.61	
Фондозабезпечення		0.9	0.96	0.8	0.95	
Фондовіддача		0.94	0.87	0.91	0.94	
Фондомісткість		0.88	0.9	0.89	0.99	
Коефіцієнт	обороту з прийому персоналу	0.78	0.72	0.65	0.74	
	обороту з вибуття персоналу	0.78	0.8	0.67	0.8	
	загального обороту персоналу	0.98	0.97	0.9	0.97	
	плинності кадрів	0.6	0.59	0.68	0.66	
	постійності складу персоналу	0.74	0.78	0.68	0.77	
Продуктивність праці		0.73	0.77	0.8	0.8	
Трудомісткість		0.59	0.7	0.68	0.74	
ВИТРАТ						
Коефіцієнт	частки	матеріальних витрат у загальних витратах	0.43	0.41	0.43	0.39
		амортизаційних витрат у загальних витратах	0.78	0.79	0.65	0.75
		відрахувань на соціальні заходи в загальних витратах	0.8	0.77	0.81	0.82
		витрат на оплату праці в загальних витратах	0.79	0.84	0.8	0.79
		відносного рівня загальних витрат	0.69	0.7	0.69	0.72
	рівня витрат відносно обсягу товарообороту	0.64	0.65	0.7	0.7	
	темпу зміни рівня загальних витрат	0.71	0.8	0.8	0.74	
	НАВАНТАЖЕНОСТІ					
Коефіцієнт	навантаження	економічного потенціалу	0.39	0.41	0.38	0.44
		основних засобів	0.83	0.8	0.82	0.83
		необоротних активів	0.7	0.72	0.76	0.79
	оборотності	оборотних активів	0.77	0.8	0.79	0.78
		дебіторської заборгованості	0.75	0.76	0.71	0.74
		кредиторської заборгованості	0.77	0.83	0.8	0.82
		грошових коштів	0.7	0.71	0.68	0.72
		власного капіталу	0.55	0.6	0.6	0.56
		оборотного капіталу	0.61	0.64	0.69	0.69
Тривалість операційного циклу		0.7	0.75	0.68	0.75	

Показники		"АТБ"	"Сільпо"	"Фора"	"Фуршет"
ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ					
Коефіцієнт	термінової платоспроможності	0.73	0.79	0.8	0.77
	проміжної платоспроможності	0.07	0.06	0.06	0.07
	загальної платоспроможності	0.85	0.84	0.79	0.86
	концентрації власного капіталу	0.79	0.81	0.8	0.83
	маневреності	0.69	0.76	0.7	0.74
	накопиченої амортизації	0.8	0.77	0.8	0.82
	мобільності оборотних активів	0.8	0.8	0.76	0.8
	капіталізації	0.71	0.8	0.8	0.74
	заборгованості	0.73	0.79	0.8	0.79
	фінансового левериджу	0.8	0.79	0.81	0.82
мультиплікації капіталу	0.93	0.9	0.94	0.96	
РЕНТАБЕЛЬНОСТІ					
Рентабельніст ь	власного капіталу	0.74	0.76	0.76	0.75
	господарської діяльності	0.83	0.85	0.87	0.88
	операційної діяльності	0.8	0.87	0.81	0.84
	загальних витрат	0.87	0.85	0.88	0.87
	активів	0.83	0.8	0.82	0.83
	оборотних активів	0.81	0.84	0.81	0.8
Віддача реінвестованого прибутку щодо власного капіталу		0.7	0.73	0.71	0.74

Примітка. ОЗ – основні засоби.

При цьому кожен елемент пропонується досліджувати відносно його місця у системі показників конкурентоспроможності комплексного компаративного аналізу ПТ, з позицій ступеня їх корелювання саме з інтегральним показником конкурентоспроможності (далі – ІПК) підприємства, оскільки ІПК відображає потенціал конкурентоспроможності підприємства, а отже, синтезує під час розрахунку показники всіх векторів діяльності підприємства. Ті показники, що матимуть найвищу щільність зв'язку з ІПК підприємства, увійдуть до системи показників конкурентоспроможності і трактуватимуться як конкурентні фактори підприємства торгівлі.

Ступінь корелювання елементів системи параметрів з ІПК оцінювався попарно, оскільки зв'язки між ними є стохастичними, характеризуються взаємодією середніх значень факторної та результативної ознак, відповідно є кореляційно-регресійними зв'язками, отже, досліджувалися за допомогою парного кореляційно-регресійного аналізу.

Щільність зв'язку між елементами системи параметрів та інтегральним показником конкурентоспроможності підприємства торгівлі оцінено за допомогою лінійного коефіцієнта кореляції (див. табл. 1).

В економічній літературі існує багато підходів до критеріальної інтерпретації коефіцієнта кореляції. Проте, маючи на меті ідентифікувати сильні та слабкі сторони господарської діяльності ПТ, можна зробити висновок, що інтерпретовані отримані результати у вигляді

встановленого ступеня кореляції є відносно умовними, тобто потребують удосконалення у частині їх кількісного інтерпретаційного оцінювання. Для цього пропонується розширити градацію величин коефіцієнта кореляції, додавши до існуючих позицій уточнені значення (табл. 2). Таке уточнення дозволить з максимальною верифікативністю інтерпретувати оцінені ступені кореляції як: дійсні та потенційні конкурентні переваги, слабкі сторони діяльності та реальні загрози щодо подальшого функціонування підприємства торгівлі на ринку.

Таблиця 2

Дескриптивна характеристика величини коефіцієнта кореляції*

Значення (по модулю)	Критеріальна інтерпретація кореляції
≥ 0.2	Дуже слабка
≥ 0.5	Слабка
≥ 0.6	Помірна
≥ 0.7	Середня
≥ 0.8	Значна
≥ 0.9	Висока
< 0.9	Дуже висока

*Розроблено автором

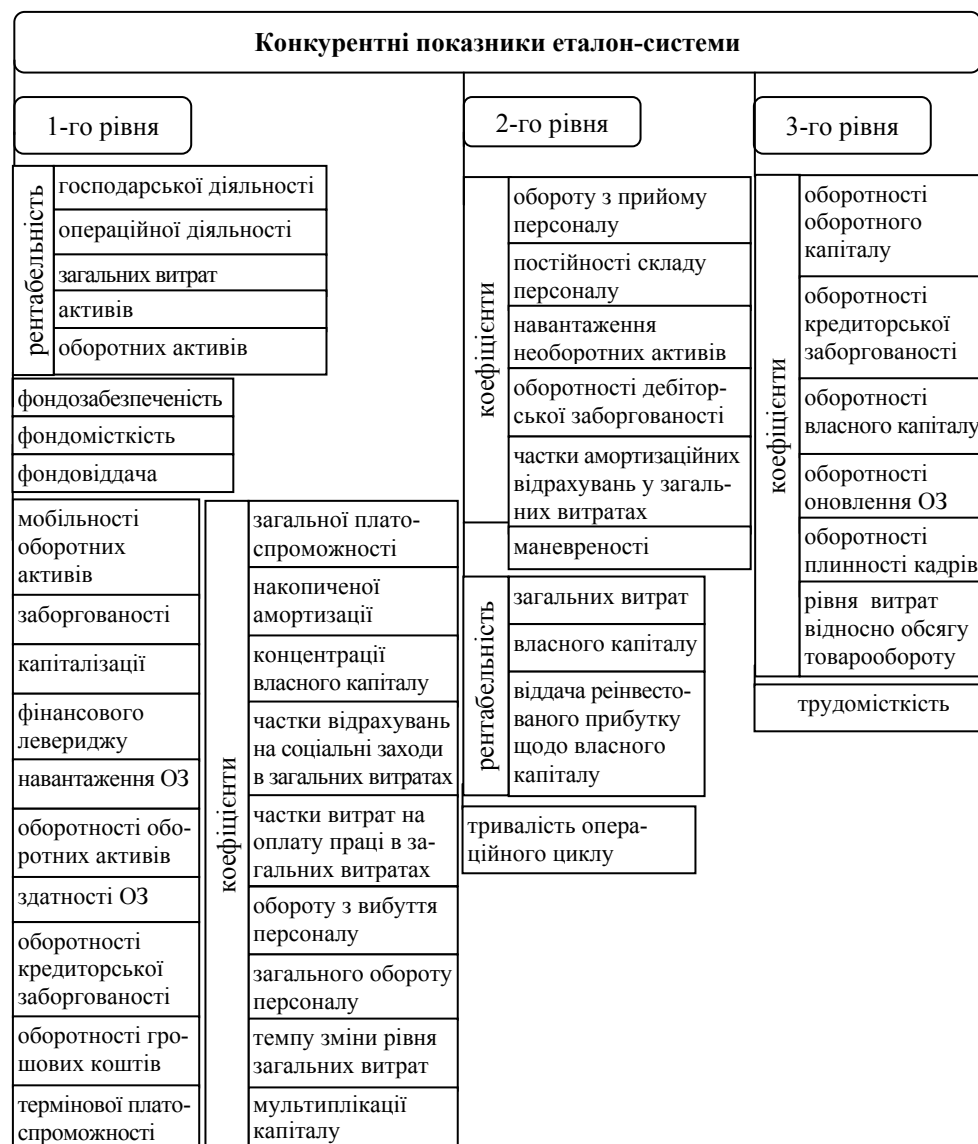
Запропонована градація величин коефіцієнта кореляції є необхідною умовою безпосереднього формування системи конкурентних показників комплексного компаративного аналізу. Для цього кожен елемент групи показників конкурентоспроможності (див. табл. 1) аналізується щодо встановлення ступеня їх кореляції з інтегральним показником конкурентоспроможності для всіх підприємств-конкурентів, що досліджуються. Таке дослідження проведено серед торговельних мереж "АТБ", "Сільпо", "Фора" та "Фуршет" для формування еталонної системи показників конкурентоспроможності (див. табл. 1).

Серед розрахованих ступенів кореляції всіх показників з ПК для кожної торговельної мережі обрано найвищі значення (за критеріальною інтерпретацією (див. табл. 2): середня, значна, висока та дуже висока кореляція) за кожною позицією, які загалом генерують еталонну систему конкурентних показників ПТ. Йдеться про формування кількарівневої еталонної системи конкурентних показників комплексного компаративного аналізу господарської діяльності підприємства торгівлі, до якої включатимуться всі показники, інтерпретаційне значення кореляції яких знаходиться в межах від середнього до дуже високого. Тобто перший рівень системи конкурентних показників об'єднує елементи з найвищим рівнем кореляції; другий – елементи зі щільністю зв'язку, хоч і не максимальною, проте наближеною до такого значення; третій – елементи із середнім рівнем кореляції.

Відповідно до сформованої системи конкурентних показників максимально наближеними до еталону є результати торговельної мережі "Фуршет" та "Сільпо". Тобто такі дані свідчать, що найпотужніший

конкурент для "Фуршет" – мережа супермаркетів "Сільпо", а отже, особливу увагу менеджменту "Фуршет" слід приділити тим векторам діяльності, що максимально наближені до еталонних значень у "Сільпо", оскільки саме вони є реальними загрозами в перевищенні конкурентоспроможності за такими напрямками.

Еталон-система конкурентних показників комплексного компаративного аналізу, сформована на основі показників (рисунк), вичерпно характеризує всі вектори діяльності підприємства торгівлі, що забезпечують відповідний рівень результативності його функціонування в бізнес-середовищі.



Еталон-система конкурентних показників комплексного компаративного аналізу підприємства торгівлі (розроблено автором)

За виділеними рівнями еталон-система визначає як слабкі сторони діяльності підприємства, так і потенційно сильні (відповідно до рівнів системи параметрів). Таке розмежування необхідне для підвищення ефективності системи менеджменту ПТ, що має на меті зміцнення позицій підприємства на ринку та його економічне зростання. Так, сильні сторони ПТ (показники першого рівня), виявлені системою конкурентних показників, пропонується трактувати як його конкурентні переваги, що забезпечують відповідний рівень конкурентоспроможності серед інших підприємств торгівлі за досліджуваний період.

Елементи другого рівня системи показників у подальшому пропонується досліджувати за системою менеджменту ПТ як потенційно можливі конкурентні переваги: значення ступеня їх кореляції з інтегральним показником є не найвищими, проте наближаються до такого рівня.

Показники третього рівня ідентифікують слабкі ланки діяльності ПТ і вимагають негайного втручання системи менеджменту підприємства щодо посилення їх значень.

При побудові системи показників комплексного компаративного аналізу відкривається можливість наочного оцінювання потенціалу підприємства торгівлі серед конкурентів: оскільки показники першого рівня виявляють конкурентні фактори ПТ, то, відповідно, перший рівень показників має містити найбільшу кількість елементів. Тобто, чим більше показників містить перший рівень, тим міцніші позиції підприємства торгівлі в конкурентному середовищі, і тим вищі шанси у нього продовжити таку тенденцію в найближчій перспективі.

Висновки. Для досягнення мети отримання підприємством торгівлі лідерських позицій у конкурентному бізнес-середовищі системі менеджменту необхідно постійно підвищувати елементи другого та третього рівнів до позицій вищих ланок. Такий підхід дозволить зміцнити кожен елемент системи конкурентних показників з можливістю виходу їх на вищий рівень, створюючи міцне підґрунтя для підвищення інтегрального показника конкурентоспроможності ПТ у майбутньому, що є основним стратегічним напрямом функціонування підприємства на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. — М. : ПРЕСС, 2009. — 354 с.
2. *Барна М. Ю.* Конкурентне середовище роздрібних торговельних підприємств: механізми та шляхи розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / М. Ю. Барна. — Л. : Укоопспілка; ЛКА, 2008. — 20 с.
3. *Фінансова стратегія підприємства : монографія / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська, І. Г. Ганечко.* — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 147 с.
4. *Височин І.* Інформаційне забезпечення управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі / І. Височин // Схід. — 2011. — № 7 (114). — С. 3–7.
5. *Лагутін В. Д.* Ринок, конкуренція і вартість в умовах сучасного економічного розвитку / В. Д. Лагутін // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. — спец. вип. [Методологічні проблеми сучасної політичної економії] / ISSN 1727-9313. ВІСНИК КНТЕУ. 2014. № 4

- М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана"; відп. ред. О. О. Беляєв. — К. : КНЕУ, 2011. — С. 114–121.
6. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 384 с.
 7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Эксмо, 2005. — 544 с.
 8. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку / О. В. Шимко // Економічні науки : зб. наук. пр./ Луцьк. нац. техн. ун-т. — 2012. — № 9 (33). — Ч. 3. — С. 462–469. — (Серія "Облік і фінанси").
 9. Портал групи компаній "Fozzy-group" [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.fozzy.ua/ua>.
 10. Портал національних торгових мереж України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.storefood.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2014.

Mischenko A. System of indicators of trade enterprise competitive advantages.

Background. The proposed scientific article is devoted to topical issues of effective functioning of commercial enterprises in the struggle for leading position in competitive business environment. The issue is studied on the basis of practical experience of the famous Ukrainian commercial networks in the process of their adaptation to modern market transformation.

Review of scientific sources in this direction indicates that among scientists the discussions are being conducted about the problems of analysis of competitiveness of commercial enterprises with a purpose to ensure stability of economic management of enterprises and to ensure their economic growth in prospect. But a small part of existing scientific works is devoted to the development of unified methodological tools for identification of competitive advantages, which are adapted for use by all commercial enterprises, independently of their scale.

Purpose of the research is development of proposals regarding maximally accurate identification of factors, which create competitive advantages and identification of the weaknesses of the commercial enterprise's activity, that can prevent this.

Results. The article proposes to use the formation mechanism of the 3-tiered system of competitiveness indicators of commercial enterprise. Developed system contains indicators of the complex comparative analysis of the economic activity, which is tightly correlated with integral competitiveness indicator of commercial enterprise.

To form the system of competitiveness indicators, which would be characterized with the maximal precision, the inclusion of those elements, that create quantificational influence on the enterprises activity efficiency, must exclude those that duplicate one another and have no influence on researched object.

It's proposed to research each element of the system about its belonging to the group of competitiveness indicators of the complex comparative analysis of commercial enterprise from positions of their correlation degree, namely, with integral competitiveness indicator of commercial enterprise, because it reflects enterprise's potential to be competitive. Those indicators of the system, that will have the highest density of connection with integral competitiveness indicator of the enterprise, are included to the system of competitiveness indicators and are treated as competitive factors of commercial enterprise.

Conclusion. Structural elements of the modeled system widely characterize all vectors of the economic activity, whose detailed analysis provides efficiency of the enterprise's functioning generally and its economic growth as guarantor of stability of position in the market business environment. The practical application of the proposed mechanism of detection of competitive advantages provides favorable conditions for maximum precise definition of competitive advantages of commercial enterprise.

Keywords: the system of indicators of competitiveness; competitive advantages; integral indicator of competitiveness.

REFERENCES

1. *Azoev G. L.* Konkurencija: analiz, strategija i praktika / G. L. Azoev. — M. : PRESS, 2009. — 354 s.
2. *Barna M. Ju.* Konkurentne seredovyshhe rozdribnyh torgovel'nyh pidpryjemstv: mehanizmy ta shljahy rozvytku : avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. ekon. nauk / M. Ju. Barna. — L. : Ukoopspilka; LKA, 2008. — 20 s.
3. *Finansova strategija pidpryjemstva : monografija* / I. O. Blank, G. V. Sytnyk, O. V. Korol'ova-Kazans'ka, I. G. Ganechko. — K. : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2009. — 147 s.
4. *Vysochyn I.* Informacijne zabezpechennja upravlinnja tovarooborotom pidpryjemstv rozdribnoi' torgivli / I. Vysochyn // Shid. — 2011. — № 7 (114). — S. 3–7.
5. *Lagutin V. D.* Rynok, konkurencija i vartist' v umovah suchasnoho ekonomichnoho rozvytku / V. D. Lagutin // Formuvannja rynkovoï ekonomiky : zb. nauk. pr. — spec. vyp. [Metodologichni problemy suchasnoi' politychnoi' ekonomii] / M-vo osvity i nauky, molodi ta sportu Ukrainy, DVNZ "Kyï'v. nac. ekon. un-t im. V. Get'mana" ; vidp. red. O. O. Bjelajev. — K. : KNEU, 2011. — S. 114–121.
6. *Mazaraki A. A.* Torgovel'ne pidpryjemstvo: strategija, polityka, konkurentospromozhnist' : monografija / A. A. Mazaraki, D. M. Psheslins'kyj, I. V. Smolin. — K. : Kyï'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2010. — 384 s.
7. *Fathutdinov R. A.* Upravlenie konkurentosposobnost'ju organizacii / R. A. Fathutdinov. — 2-e izd., ispr. i dop. — M. : Jeksmo, 2005. — 544 s.
8. *Shymko O. V.* Rozvytok konkurencii u sferi torgivli jak neobhidna umova efektyvnogo funkcionuvannja spozhyvchogo rynku / O. V. Shymko // Ekonomichni nauky : zb. nauk. pr./ Luc'k. nac. tehn. un-t. — 2012. — № 9 (33). — Ch. 3. — S. 462–469. — (Serija "Oblik i finansy").
9. *Portal* grupy kompanij "Fozzy-group" [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.fozzy.ua/ua>.
10. *Portal* nacional'nyh torgovyh merezh Ukrainy [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.storefood.com.ua>.