

її специфічні особливості в роздрібній торгівлі відповідно до поведінкового та структурного підходів.

Усі визначені особливості конкуренції, притаманні сучасному вітчизняному ритейлу, необхідно враховувати під час розробки ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі, що й планується зробити в наступних роботах.

Список літератури

1. Бергман, Б. Розничная торговля: стратегический подход [Текст] / Б. Бергман, Дж. Р. Эванс ; пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Вильямс, 2008. – 1184 с.

2. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь [Текст] : монография / Под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова. – Донецк : ДонНУЭТ, 2009. – 550 с.

3. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації [Текст] : монографія / Л. О. Лігоненко [та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 334 с.

4. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку [Текст] : монографія / А. А. Мазаракі, [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 195 с.

5. Дідківська, Л. Конкуренція в торгівлі у контексті сучасного економічного розвитку [Текст] / Л. Дідківська // Вісник КНТЕУ. Спецвипуск 2. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – С. 121 – 129.

6. Дідківська, Л. І. Тенденції розвитку торговельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище [Текст] / Л. І. Дідківська // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №8 (62). – С. 119 – 125.

7. Обзор рынка ритейла в Украине: итоги 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.retail.net/articles/ukraine/8193/>>.

8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України (Держкомстат, Укрстат) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.ukrstat.gov.ua>.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© М.В. Чорна, 2010.

УДК 658.012.32(477)

С.О. Зубков, канд. екон. наук

А.О. Колесник, канд. техн. наук

І.П. Попова, студ.

ОЦІНКА ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Виявлено основні тенденції розвитку продовольчих торговельних мереж в Україні, виокремлено показники оцінки динаміки розвитку торговельних мереж, обґрунтовано методичний підхід інтегрування показників оцінки динаміки розвитку торговельних мереж, запропоновано матрицю динамічного розвитку торговельних мереж.

Выявлены основные тенденции развития продовольственных торговых сетей в Украине, выделены показатели оценки динамики развития торговых

сетей, обоснован методический подход интегрирования показателей оценки динамики развития торговых сетей, предложена матрица динамического развития торговых сетей.

Basic trends of food distribution networks development in Ukraine are revealed, the indexes of development dynamics estimation of distribution networks are distinguished, methodical approach of integration of indexes of development dynamics estimation of distribution networks is grounded, the matrix of dynamic development of distribution networks is offered.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток є невід’ємним бажаним станом будь-якого підприємства. Останнє десятиліття роздрібна торгівля була одним із найбільш динамічно зростаючих секторів економіки України. За цей час з’явилася велика кількість торговельних мереж продовольчого сегменту як на національному, регіональному, так і місцевому рівні. Бурхливий розвиток кількості торговельних мереж різних форматів актуалізує проблему оцінки динаміки їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема оцінки розвитку підприємств торгівлі у різний час займалися багато вітчизняних вчених, серед яких варто відзначити праці І.О. Бланка, А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.О. Власової. Їхні здобутки знайшли своє продовження у працях інших дослідників, серед останніх публікацій яких слід відзначити О.М. Ананьєва та О.І. Белей [1], С.Л. Асаулюк [2], Т.А. Пікуш [3]. Проте в цих працях розглядаються проблеми оцінки розвитку підприємств торгівлі на різних рівнях і не враховано особливості та специфіка функціонування торговельних мереж. Недостатня висвітленість існуючих підходів до оцінки динаміки розвитку саме торговельних мереж обумовлюють необхідність проведення таких досліджень.

Мета та завдання статті. Метою даної статті є обґрунтування методичного інструментарію рейтингової оцінки динаміки розвитку торговельних мереж. Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: виявлено основні тенденції розвитку продовольчих торговельних мереж в Україні; виокремлено показники оцінки динаміки розвитку торговельних мереж; обґрунтовано методичний підхід інтегрування показників оцінки динаміки розвитку торговельних мереж; проведено оцінку динаміки розвитку найбільших продовольчих торговельних мереж в Україні; запропоновано матрицю динамічного розвитку торговельних мереж.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати проведеного дослідження тенденцій розвитку торговельних мереж дозволили виділити їх основні тренди:

– частка ринку «цивілізованої» торгівлі в Україні на сьогодні становить лише 25%, тобто для українського ринку роздрібною торгівлі є всі передумови до розвитку;

– наприкінці 2008 року через фінансову кризу у роздрібній торгівлі обороти розвитку були припинені. Цьому сприяло зменшення рівня заробітних плат і зростання індексу споживчих цін, що й відбилося на купівельній спроможності громадян, і роздрібний товарооборот вперше за багато років скоротився;

– більшість роздрібних мереж при багатомільйонних кредитах спад змусив переглянути й скоротити витрати. У багатьох містах були закриті магазини, які давали мінімальні доходи або були взагалі збитковими;

– велике боргове навантаження відбилося на погіршенні фінансових результатів більшості торговельних мереж, продажу та банкрутстві низки з них;

– рецесія, що вразила роздрібну торгівлю, відбилася не лише на зниженні товарообороту й оптимізації асортименту магазинів, але й на кількості торговельних точок, що відкриваються торговельними мережами;

– відсутність можливості залучення кредитних ресурсів змусило торговельні мережі відкривати нові торговельні об'єкти переважно за рахунок оренди торговельних площ, а не будівництва власних.

Наведені тренди відбулися на розвиткові кожної мережі по-різному. У зв'язку з цим виникає необхідність порівняння тенденції розвитку кожної з них. У цьому аспекті нами пропонується побудувати загальний інтегральний показник оцінки динаміки розвитку торговельних мереж, який складається з двох складових показників: інтегрального показника оцінки динаміки фінансового стану торговельної мережі та інтегрального показника оцінки динаміки діяльності.

У свою чергу, до інтегрального показника оцінки динаміки фінансового стану торговельної мережі пропонується відносити темп зростання рентабельності капіталу, темп зростання товарообороту, темп зростання оборотності товарних запасів. До інтегрального показника оцінки динаміки діяльності пропонується включити темп зростання кількості торговельних об'єктів, темп зростання торговельної площі, темп зростання кількості міст, де працює торговельна мережа.

Виходячи з критеріїв об'єктивності й зрозумілості, а також нескладності й можливості автоматизації розрахунків, для формування інтегрального показника оцінки динаміки розвитку торговельних мереж доцільно використати методику інтегральної рейтингової оцінки.

Для побудови інтегрального показника оцінки динаміки розвитку торговельних мереж пропонуємо дотримуватись наступних кроків (рис.).

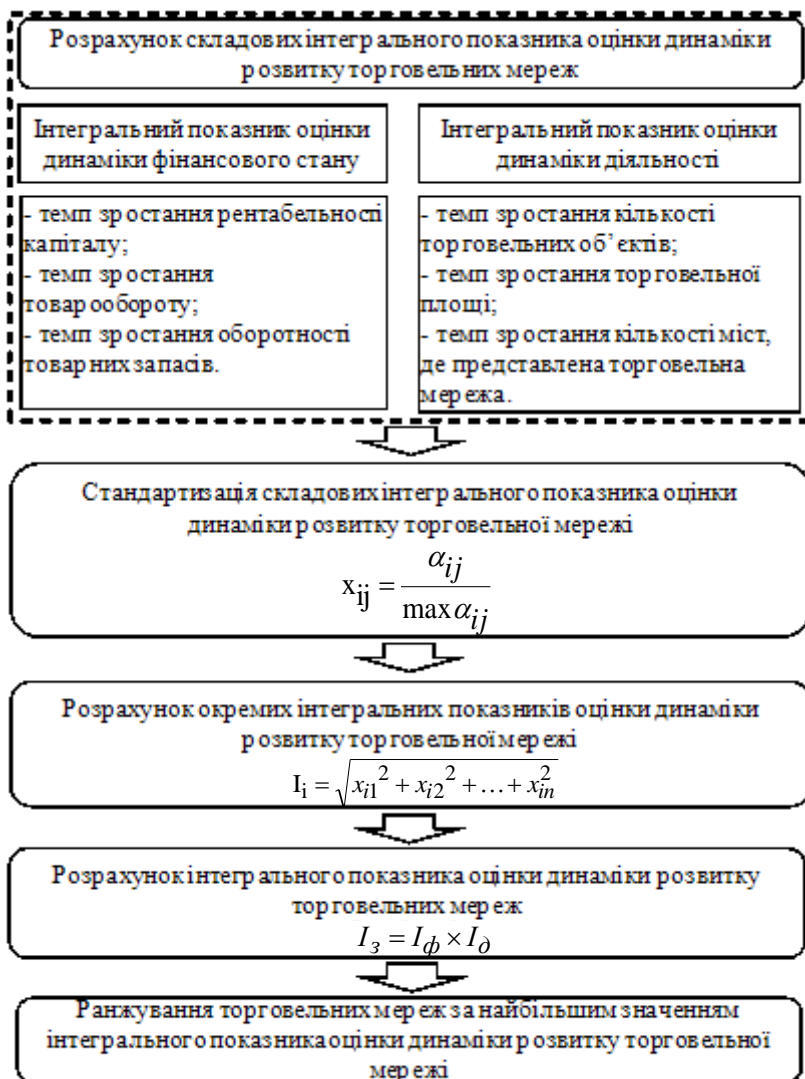


Рисунок 1 – Структурно-логічна послідовність оцінки динаміки розвитку торговельних мереж

1. Сформувати матрицю вихідних даних α_{ij} , тобто таблицю, де за рядком відобразити номери систем (підприємств) (i), а за стовпчиками – номери показників (j). В якості таких показників будуть виступати запропоновані вище оціночні показники динаміки розвитку торговельних мереж.

2. У кожній графі визначити максимальний елемент, що прийняти за одиницю. Шляхом ділення на максимальний елемент еталонної системи створити матрицю стандартизованих коефіцієнтів x_{ij} :

$$x_{ij} = \frac{\alpha_{ij}}{\max \alpha_{ij}} \quad (1)$$

Використання у якості еталонної системи максимального значення показника оцінки динаміки розвитку дозволяє визначити рівень розвитку окремого аспекта діяльності торговельної мережі відносно максимально можливого за цим показником оцінки.

3. Для кожної торговельної мережі розрахувати відповідні значення інтегральних показників оцінки за формулою 2:

$$I_i = \sqrt{x_{i1}^2 + x_{i2}^2 + \dots + x_{in}^2} \quad (2)$$

4. Розрахувати загальний інтегральний показник оцінки динаміки розвитку торговельних мереж шляхом добутку інтегрального показника оцінки динаміки фінансового стану та інтегрального показника оцінки динаміки діяльності торговельної мережі за формулою:

$$I_3 = I_\phi \times I_\partial \quad (3)$$

5. Отримані рейтингові оцінки I_3 розмістити у порядку зростання. Вважати, що найвищий рейтинг має підприємство з максимальним значенням I_3 .

Наведений методичний інструментарій було апробовано на вибірковій сукупності торговельних мереж України. Як часовий проміжок дослідження було обрано два періоди – докризовий (2006-2007 рр.) і кризовий (2008-2009 рр.). Вихідними даними для оцінки динаміки розвитку стали дані фінансової звітності підприємств опубліковані на інтернет-сайті Державної установи «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України», публікації інформаційних агентств, інформація з власних інтернет-сайтів відповідних торговельних мереж. Позичування підприємств за результатами розрахунку інтегрального

показника оцінки динаміки розвитку торговельних мереж наведено у таблиці.

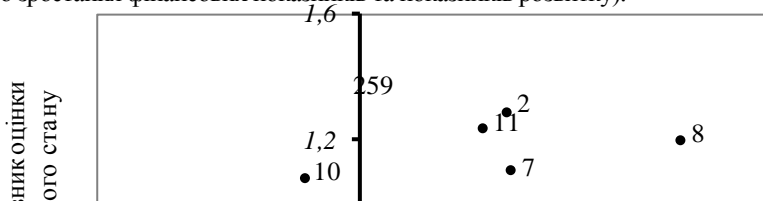
Таблиця – Рейтингова оцінка динаміки розвитку торговельних мереж України

Торговельна мережа	Рейтингова оцінка за періодами:	
	докризовий (2006-2007)	кризовий (2008-2009)
ТОВ «Квіза Трейд»	11	11
ГК «Амстор»	2	8
ТОВ «Таврія – В»	12	12
ТОВ «Ровекс»	5	16
ТОВ «Жрай»	9	10
ЗАТ «Кс – трейдінг»	17	17
ВАТ «Омега»	4	4
ТОВ «Торгова мережа Фаворит»	1	15
СУАП «Європоль»	15	2
ТОВ «Восторг»	6	3
ГК Пакко	3	13
ТОВ «Еко»	8	6
ТОВ «Метро кеш енд керрі Україна»	7	7
ГК «Євротек»	16	1
ГК «Фоззі»	14	9
ГК «Фуршет»	10	14
ТОВ «АТБ-маркет»	13	5

Торговельна мережа ТОВ «Євротек» – аутсайдер докризового періоду – у кризовому займає перше місце, бо має найвищу рейтингову оцінку (2,45), що можна пояснити зростанням кількості торговельних об’єктів та, відповідно, обсягу товарообороту.

У той же час торговельна мережа СУАП «Європоль» займає другу сходинку (у попередньому періоді теж аутсайдер) і має лише 0,55 рейтингової оцінки. Це можна пояснити стабільністю і помірним зростанням фінансових показників та показників розвитку торговельних мереж.

Також в умовах кризи підвищили свій рейтинг ще 4 торговельні мережі – ТОВ «Восторг» (з 6-го на 3-тє за рахунок зростання фінансових показників), ТОВ «АТБ-маркет» (з 13-го на 5-тє за рахунок підвищення показників розвитку та деяких фінансових показників), ГК «Фоззі» (з 14-го на 9-тє місце також за рахунок підвищення показників розвитку та деяких фінансових показників) та ТОВ «Еко» (з 8-го на 6-тє місце за рахунок стабільності та помірного зростання фінансових показників та показників розвитку).



а

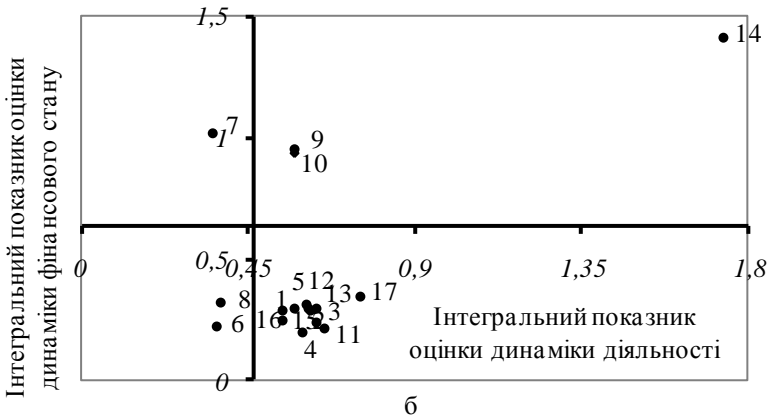


Рисунок 2 – Позіціонування торговельних мереж на матриці динамічного розвитку у (а) докризовий (2006-2007 рр.) та (б) кризовий (2008-2009 рр.) періоди: 1 – ТОВ «Квіза Трейд»; 2 – ГК «Амстор»; 3 – ТОВ «Гаврія-В»; 4 – ТОВ Ровекс; 5 – ТОВ «Край»; 6 – ЗАТ «Кс-трейдинг»; 7 – ТОВ «Омега»; 8 – ТОВ «Торговельна мережа Фаворит»; 9 – СУАП «Європоль»; 10 – ТОВ «Восторг»; 11 – ГК «Пакко»; 12 – ТОВ «Еко»; 13 – ТОВ «Метро кеш енд керрі»; 14 – ГК «Євротек»; 15 – ГК «Фоззі»; 16 – ГК «Фуршет»; 17 – ТОВ «АТБ-маркет»

Незмінну позицію продемонстрували 6 торговельних мереж –

ТОВ «Квіза Трейд», ТОВ «Гаврія-В», ТОВ «Край», ЗАТ «Кс-трейдинг», ВАТ «Омега» та ТОВ «Метро» – які займали місця 11, 12, 10, 17, 4 та 7 відповідно.

Такі торговельні мережі як ГК «Амстор» (з 2-го на 8-ме), ТОВ «Ровекс» (з 5-го на 16-те), ТОВ «Торгова мережа Фаворит» (з 1-го на 15-те), ГК «Пакко» (з 3-го на 13-те) та ГК «Фуршет» (з 10-го на 14-те) погіршили фінансові показники та показники розвитку і втратили свої позиції в рейтинговому списку, посівши більш нижчі місця.

Таким чином, запропонований підхід рейтингової оцінки динаміки розвитку торговельних мереж дозволяє оцінити динаміку свого розвитку відносно основних конкурентів у галузі та на основі цього жити заходів щодо покращення показників розвитку.

Проте, отримані рейтингові значення дозволяють лише ранжувати торговельні мережі за динамікою розвитку, проте не дає можливості охарактеризувати сам розвиток. Для вирішення цього завдання нами запропоновано до використання матрицю динамічного розвитку. Матриця включає в себе чотири квадранти динаміки розвитку: I – квадрант стабільності; II – квадрант інтенсивного розвитку (за рахунок ефективності діяльності); III – квадрант екстенсивного розвитку (за рахунок збільшення кількості торговельних об'єктів та регіональної диверсифікації); IV – квадрант комплексного розвитку (за рахунок ефективності діяльності та кількісних параметрів торговельної мережі). Середні значення інтегральних показників динаміки фінансового стану торговельної мережі та динаміки діяльності за досліджуваною сукупністю складають точки перетину вісей та формують квадранти матриці. Позиціонування торговельних мереж на матриці динамічного розвитку, які були об'єктами дослідження, наведено на рис. 2.

Як свідчать наведені результати у кризовий період (2008-2009 рр.) знизилися середні значення інтегральних показників динаміки розвитку, що викликало зміну границь квадрантів матриці динамічного розвитку. Погіршення фінансового стану торговельних мереж призвело до того, що найбільша їх кількість опинилася у нижньому правому квадранті. У кризовий період виправили своє положення торговельні мережі ГК «Євротек» за рахунок суттєвого збільшення кількості об'єктів та міст покриття, СУАП «Європоль» та ТОВ «Восторг» за рахунок покращення фінансового стану їхніх торговельних мереж.

Висновки. Таким чином, наведений методичний інструментарій оцінки динаміки розвитку торговельних мереж дозволяє визначити зміну свого розвитку торговельної мережі відносно основних конкурентів та виявити основні чинники, що вплинули на цю зміну.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є розробка стратегії розвитку торговельної мережі за результатами проведеної оцінки динаміки її розвитку.

Список літератури

1. Ананьєв, О. М. Особливості динаміки розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації України в транзитивний період [Текст] / О. М. Ананьєв, О. І. Белей // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. пр. – Львів : ЛКА, 2009. – Вип. 10. – С. 93 – 98.

2. Асаулук, С. Л. Сутність і методика економічної оцінки розвитку підприємств роздрібної торгівлі [Текст] / С. Л. Асаулук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19. – С. 107–113.

3. Пікуш, Т. А. Критерії та показники оцінки розвитку торговельної мережі [Електронний ресурс] / Т. А. Пікуш // Альянс наук: вчений вченому : ІІ наук.-практ. конф., 3-7 жовтня 2005 р. : [матеріали]. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/Okt/11_Pikus.htm.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© С.О. Зубков, А.О. Колесник, І.П. Попова, 2010.

УДК 334.012.64:658.15

А.С. Кліш, асп.

КРИТЕРІЇ ВИЗНАЧЕННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Систематизовано основні підходи та критерії до визначення малих підприємств, досліджено особливості критеріального визначення малих підприємств у торгівлі у різних країнах світу.

Систематизированы основные подходы и критерии к определению малых предприятий, исследованы особенности критериального определения малых предприятий в торговле в разных странах мира.

The basic approaches and criteria of small enterprises determination are systematized, the features of criterion of small enterprises determination in trade in the different countries of the world are researched.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Малий бізнес є пріоритетом розвитку будь-якої держави з перехідною економікою, як найбільш динамічний елемент структури народного господарства, що оперативно реагує на зміни кон'юнктури ринку і надає ринковій економіці необхідної гнучкості. Підвищення конкурентоспроможності української економіки безпосередньо пов'язане з ефективним функціонуванням малого бізнесу.

Світовий досвід і практика господарювання показують, що розвиток малого підприємництва в країнах, які пройшли етап реформування економічних систем, є одним із засобів усунення диспропорцій на окремих товарних ринках, створення додаткових робочих місць і як наслідок скорочення безробіття, розвитку конкуренції, активізації ін-