

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

СІМЕХ ЮЛІЯ АНАТОЛІЇВНА

УДК 658.821:658.87

**ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Спеціальність 08.00.04 – „економіка та управління підприємствами”
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2009

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському державному технічному університеті будівництва та архітектури Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент
Чорна Марина Віталіївна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі,
доцент кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Чернега Оксана Богданівна,
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М.
Туган-Барановського, завідувач кафедри міжнародної
економіки;
кандидат економічних наук, доцент
Балабан Петро Юрійович,
Полтавський університет споживчої кооперації України,
завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва.

Захист відбудеться „10” квітня 2009 року о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.088.02 у Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою:
61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий „ 2 ” березня 2009 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.Л. Савицька

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасному етапу розвитку економіки України притаманна активізація галузей та підприємств, сферою діяльності яких є безпосереднє задоволення потреб споживачів, особливо підприємств торгівлі. Об'єктивним атрибутом ринкової економіки є загострення конкурентної боротьби на ринку, що ускладнює ефективність функціонування суб'єктів господарювання в довгостроковій перспективі внаслідок дестабілізуючого впливу різноманітних внутрішніх та зовнішніх чинників. Це сприяло пріоритетності досліджень конкурентостійкості підприємства з позиції розробки теоретико-методологічного підґрунтя її формування, оцінки, забезпечення та управління. На вирішення цих проблем спрямовували свої зусилля багато відомих як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, серед них В. Дикань, О. Чернега, О. Тридід, І. Булах, Т. Надтока, І. Ансофф, А. Сміт, М. Портер та ін.

Разом з тим, деякі важливі теоретико-методологічні та прикладні аспекти забезпечення конкурентостійкості підприємства ще не дістали належного висвітлення, а існуючі розробки не мають системного характеру. Більшість вітчизняних фахівців у сфері торгівлі займаються проблемами забезпечення фінансової стійкості (Л. О. Лігоненко, Н. О. Власова, Т. Е. Унковська) та сталого розвитку підприємств торгівлі в умовах конкурентного середовища (А. А. Мазаракі, В. В. Апопій, Л. І. Дідківська, Н. О. Голошубова, П. Ю. Балабан та інші).

Відсутність методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі, який базується на науково обґрунтованих теоретико-методологічних засадах та врахуванні галузевих особливостей, зумовлює необхідність та своєчасність обраного напрямку досліджень.

Актуальність та недостатня дослідженість даної проблеми визначили вибір теми, мети й завдань дисертаційної роботи, а також її теоретичну й методичну основи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану наукових досліджень кафедри економіки Харківського державного технічного університету будівництва та архітектури на теми: „Ефективність розробки стратегії економічного зростання підприємств в умовах ринку” (номер державної реєстрації 102U004822), в межах теми особисто автором обґрунтовано пріоритетність забезпечення конкурентоспроможності під час формування загальної стратегії підприємства; „Управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку” (номер державної реєстрації 0106U1263) особисто автором розроблено підрозділи: „Методичні засади дослідження конкурентоспроможності” та „Оцінка конкурентної позиції підприємства на ринку”. Здобувач приймав участь у науковому дослідженні кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі в процесі розробки хоздоговірної теми: „Оцінка конкурентоспроможності торговельного підприємства на споживчому ринку” (номер державної реєстрації 0105U007413), особисто розроблено рекомендації щодо аналізу та оцінки рівня конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі на визначеному сегменті ринку.

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційної роботи полягає в розвитку теоретичних положень і розробці науково-методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі.

Для досягнення поставленої мети у дисертаційній роботі сформульовано та вирішено такі науково-практичні завдання:

- систематизовано накопичений досвід щодо визначення економічної сутності поняття конкурентостійкості підприємства, розмежовано поняття “конкурентоспроможність” та “конкурентостійкість” на рівні підприємства;

- визначено та узагальнено галузеві особливості формування конкурентостійкості підприємств торгівлі в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки та уточнено поняття „конкурентостійкість підприємств торгівлі”;
- обґрунтовано принципи оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі;
- проаналізовано та визначено особливості внутрішньогалузевої конкуренції у торгівлі та розвитку підприємств роздрібно торгівлі в умовах конкурентного середовища;
- оцінено стан конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі в сучасних умовах розвитку економіки;
- розроблено методичний інструментарій оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі.

Об’єктом дослідження є процес оцінювання конкурентостійкості підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі.

Методи дослідження. Теоретико-методологічну базу дисертаційного дослідження склали загальнонаукові положення економічної теорії, теорій конкуренції, конкурентоспроможності та рівноваги економічних систем; наукові праці вітчизняних та закордонних фахівців у сфері конкурентоспроможності, сталого розвитку підприємств, економіки підприємств торгівлі; законодавчі та нормативні акти України. У процесі дисертаційного дослідження використовувались такі методи: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу – для узагальнення та уточнення поняття „конкурентостійкість підприємств торгівлі”; статистичного аналізу – для аналізу внутрішньогалузевої конкуренції та оцінки стану конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі; синтезу, аналогії, економіко-математичного моделювання – для обґрунтування принципів та методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі; графічний – для наочного зображення статистичного матеріалу і схематичного зображення низки теоретичних і практичних положень дисертаційного дослідження; експертні та ін. Обробка даних здійснювалась за допомогою ПЕОМ з використанням пакета MS EXCEL.

Інформаційну базу дослідження склали: офіційні матеріали Держкомстату України та органів статистики Харківської області, дані фінансової звітності підприємств роздрібно торгівлі м. Харкова, матеріали наукових конференцій, результати власних розрахунків, дані Інтернету.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає в розвитку та уточненні теоретичних положень, розробці науково обґрунтованого методичного інструментарію щодо оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі. Автором отримано такі наукові результати:

вперше одержано:

- систему оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі, принципова новизна якої полягає у тому, що вона базується на виокремлених та обґрунтованих принципах і забезпечує адекватність та однозначність оцінки завдяки розрахунку комплексного показника загального рівня конкурентостійкості, який об’єднує всі критерії в їх взаємозв’язку;

удосконалено:

- визначення конкурентостійкості підприємств торгівлі, відмінність якого полягає у тому, що конкурентостійкість розглядається як комплексна економічна характеристика ефективного функціонування підприємств торгівлі в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі та забезпечується наявністю конкурентоспроможності та стійкості суб’єкта господарювання;
- систематизацію принципів оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі шляхом виокремлення та обґрунтування сукупності принципів оцінки її складових;
- систему показників оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно торгівлі шляхом виділення на базі мотивованого обґрунтування з існуючих показників оцінки всіх складових конкурентостійкості найбільш характерних для підприємств роздрібно торгівлі;

набуло подальшого розвитку:

- методичний підхід до оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі, який враховує особливості оцінки її складових (конкурентоспроможності та стійкості) у взаємозв'язку та ґрунтується виключно на динамічних показниках розвитку підприємств торгівлі та їх співвідношенні;

- метод оцінки стійкості функціонування торговельного підприємства в умовах невизначеності, який дозволяє кількісно оцінити вплив невизначеності на рівень конкурентостійкості підприємств, його відмінністю є виключення згладжування негативних (від'ємних) відхилень результатів діяльності під час оцінки;

- метод оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі в рамках визначеної конкурентної групи шляхом модифікації методу комплексного інтегрального показника ефективності використання всіх факторів виробництва, що на відміну від існуючого враховує у якості незалежних змінних критерії оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі, які є функціями відповідних показників.

Практичне значення отриманих результатів. Основні наукові положення дисертації доведені до рівня методичних узагальнень і прикладного інструментарію, що дає змогу підприємствам роздрібною торгівлі оцінювати свій рівень конкурентостійкості в порівнянні з основними конкурентами.

Практичне значення для підприємств роздрібною торгівлі мають такі розробки: технологія оцінки конкурентостійкості; методика оцінки конкурентостійкості підприємств; оцінка рівня конкурентостійкості підприємства в конкурентній групі; методика оцінки стійкості підприємств в умовах невизначеності.

Отримані результати дослідження, впроваджені у практику роботи підприємств роздрібною торгівлі м. Харкова, що займаються торговельною діяльністю та спеціалізуються на реалізації побутової техніки. Методичні рекомендації щодо технології оцінки конкурентостійкості підприємства та визначення її рівня підтвердили практичну цінність і значущість у впровадженні на ТОВ АПК „Новий стиль” (акт № 58 від 06.08.2007р.), ПП „VIP-M” (акт № 10/08 від 10.08.2007р.), ТОВ „Меджик Лайте” (акт № 2 від 20.08.2007р.), ТОВ „Укртехтрейд” (акт № 9 від 20.08.2007р.), ПП „Мегас М” (акт № 18 від 1.08.2008р.), ПП „Місто 2005” (акт № 3 від 25.09.2008 р.). Окремі розробки дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі факультету економіки та менеджменту Харківського державного технічного університету будівництва та архітектури в процесі викладання таких дисциплін: „Маркетинг”, „Проектний аналіз”, „Інвестування”, „Економіка підприємства”, „Планування діяльності підприємств”, „Економічний аналіз” (акт №21 від 11.09.2008р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням. Усі наукові результати, викладені в дисертації, отримані особисто автором. Із наукових публікацій у співавторстві в дисертації використано лише ті ідеї і положення, які є результатом власної роботи дисертанта. Особистий внесок здобувача у працях, опублікованих у співавторстві полягає в теоретичних обґрунтуваннях, практичних розробках, висновках і рекомендаціях щодо оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дисертаційного дослідження доповідалися, обговорювалися і дістали позитивну оцінку на таких міжнародних науково-практичних конференціях: „Розвиток наукових досліджень 2006” (м. Полтава, 2006 р.); „Науковий простір Європи – 2007” (м. Дніпропетровськ, 2007 р.); „Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі” (м. Харків, 2007 р.); „Економічна безпека держави: стан, проблеми, напрямки зміцнення” (м. Харків, 2008 р.).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 12 наукових праць загальним обсягом 3,5 друк. арк., із них: 8 – статей у фахових виданнях, затверджених ВАК України, і 4 тез доповідей конференцій.

Обсяг і структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, додатків, списку використаних джерел. Основний зміст дисертації складає 186 сторінок машинописного тексту. Робота містить 24 рисунки, 31 таблицю, 13 додатків, розміщених на 29 сторінках; список використаних джерел із 235 найменувань на 20 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність та доцільність теми дисертаційного дослідження, відображено зв'язок роботи з науковими темами, сформульовано мету, завдання, визначено об'єкт, предмет, методи та методологічну базу дослідження, висвітлено наукову новизну, практичне значення одержаних результатів та їх апробацію.

У **першому розділі** – «**Теоретичні засади конкурентостійкості підприємств**» досліджено еволюцію теорії конкурентоспроможності, розмежовано поняття „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість” на рівні підприємства і виявлено їх спільні та відмінні риси; обґрунтовано особливості формування конкурентостійкості підприємств торгівлі; уточнено економічну сутність поняття „конкурентостійкість підприємств торгівлі”; обґрунтовано необхідність оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі та систематизовано її принципи.

Дослідження еволюції теорії конкурентоспроможності дозволило встановити відсутність єдиного підходу до трактування понять „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість” підприємства. Результати досліджень сучасних особливостей розвитку вітчизняної економіки підтвердили необхідність забезпечення конкурентостійкості підприємств як умови їхнього ефективного розвитку. У процесі дослідження визначено спільні та відмінні ознаки понять „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість” підприємства, що дало змогу їх уточнити та чітко розмежувати.

Обґрунтовано необхідність врахування під час формування та визначення конкурентостійкості підприємств торгівлі як загальних вимог ринкової економіки та особливостей її сучасного розвитку, так і галузевої специфіки функціонування підприємств. Із цієї позиції, враховуючи особливості прояву конкуренції у торгівлі, сформульовано визначення конкурентостійкості підприємств торгівлі як характеристики ефективного здійснення торговельно-технологічних процесів підприємства в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі, яка визначається взаємопов'язаними та взаємозалежними складовими (конкурентоспроможністю та стійкістю підприємства), обов'язковий комплекс яких забезпечує вирішення відповідних функціональних завдань. В цьому аспекті уточнено економічний зміст та сутність кожної функціональної складової характеристики. Так, конкурентоспроможність підприємств торгівлі визначає можливість підприємства утримувати та збільшувати рівень попиту шляхом більш ефективного задоволення не лише потреб, але й вимог споживачів; а стійкість торговельного підприємства повинна забезпечити стійке функціонування суб'єкта господарювання, особливо під час виникнення негативного впливу зовнішнього та/або внутрішнього оточення.

Формування та забезпечення конкурентостійкості підприємств торгівлі вимагає адекватної оцінки як механізму ідентифікації об'єкта, який формує уявлення про нього, відбиває якісні і кількісні характеристики предмета оцінки та базується на певних принципах. На основі проведеного дослідження існуючих принципів оцінки складових конкурентостійкості (конкурентоспроможності та стійкості) виокремлено, обґрунтовано та систематизовано принципи оцінки, які є сукупністю обов'язкових правил проведення процесу оцінювання конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі.

У другому розділі – «Особливості оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі» досліджено сучасний стан конкуренції, виявлено особливості та проблеми розвитку підприємств торгівлі; обґрунтовано метод оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі, який базується на використанні індикативних показників конкурентоспроможності; визначено стан конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі.

У результаті аналітичного дослідження стану та сучасних особливостей конкуренції виявлено, що протягом 2003-2007 років економічне становище України значно покращилось, про що свідчить рівень та позитивна динаміка основних макроекономічних показників; Харківська область є однією з найбільш розвинених областей країни і посідає четверте місце за основними економічними показниками розвитку; споживчий ринок України і Харківської області активно розвиваються, зростає життєвий рівень населення та його купівельна спроможність. Торгівля, як галузь економіки, має суттєве значення для економіки країни та Харківської області: активний розвиток галузі сприяє зростанню її інвестиційної привабливості та підвищує її конкурентоспроможність серед інших галузей; посилюється внутрішньогалузева конкуренція в торгівлі, що приводить до зменшення кількості об'єктів роздрібною торгівлі за період з 2003 по 2007 рр. на 15,4%. При цьому спостерігається щорічне стабільне збільшення темпів зростання роздрібного товарообороту як у Харківській області, так і по Україні відповідно (2004р. – 121,7% та 121,9%, 2005р.– 126,4% та 123,4%, 2006р. – 127% та 126,4%, 2007р. – 126,6% та 129,5%). Посилення конкуренції відбивається на укрупненні підприємств роздрібною торгівлі, тобто на одне підприємство припадає більша частка товарообороту. У Харківській області даний показник значно перевищує загальне значення України (2004р. – 1101,05 тис.грн. та 860,59 тис.грн., 2005р. – 1704,24 тис.грн. та 1254,41 тис.грн., 2006р. – 2285,41 тис.грн. та 1765,65 тис.грн., 2007р. – 3179,6 тис.грн. та 2478,9 тис.грн.). Значна частка торговельних підприємств як по Україні (2005р. – 30,1%, 2006р.– 30,6%, 2007р. – 29,3%), так і в Харківській області (2005р. – 36,6%, 2006р. – 37,3%, 2007р. – 35%) є збитковими, що обумовлено відсутністю у підприємств торгівлі необхідного рівня стійкості в умовах конкурентної боротьби.

Доведено, що підприємство може бути конкурентоспроможним та одночасно не мати конкурентостійкості, так само як наявність стійкості ще не свідчить про його конкурентостійкість. Однак, конкурентостійке підприємство завжди є конкурентоспроможним та стійким одночасно. Тому оцінювати конкурентостійкість необхідно враховуючи її складові, але при цьому їх оцінку слід проводити послідовно за окремими методиками з обов'язковим врахуванням їх взаємозв'язку. Саме ці положення покладено в основу розробленого методичного підходу до оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі.

Для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства як складової його конкурентостійкості доведено необхідність використання методу порівнянь та обґрунтовано вибір показників для розрахунку індикаторів конкурентоспроможності (формули 1-3):

$$I_i(m.o) = \frac{T_i(m.o)}{T_{баз.}(m.o)}, \quad (1)$$

$$I_i(n) = \frac{T_i(n)}{T_{баз.}(n)}, \quad (2)$$

$$I_i(\kappa) = \frac{T_i(\kappa)}{T_{баз.}(\kappa)}, \quad (3)$$

де $I_i(m.o)$, $I_i(n)$, $I_i(\kappa)$ – індикатори конкурентоспроможності i -го торговельного підприємства за товарооборотом, прибутком та капіталом відповідно; $T_i(m.o)$, $T_i(n)$,

$T_i(\kappa)$ – темпи зміни відповідно товарообороту, прибутку та капіталу i -го підприємства;
 $T_{\text{баз.}}(m.o)$, $T_{\text{баз.}}(n)$, $T_{\text{баз.}}(\kappa)$ – середньогалузеві темпи зміни товарообороту, прибутку та капіталу відповідно (на певному ринку або визначеному сегменті).

Оцінку стійкості як другої складової конкурентостійкості запропоновано проводити на основі визначення зони рівноважного стану підприємства за формулою:

$$P_i = \frac{T_{i(n)}}{T_{i(n-1)}} \in [1 - \varepsilon; 1 + \varepsilon], \quad (4)$$

де P_i – рівноважний стан i -го підприємства; T_i – темпи зміни певного показника i -го підприємства; n – період оцінювання, $(\overline{1, n})$.

Зона рівноваги знаходиться у межах: $[1 - \varepsilon; 1 + \varepsilon]$, де ε – це кількісна величина половини розмаху зони рівноваги (R), тобто $R = 2\varepsilon$, P_i' – величина відхилення від рівноважної зони (рис.1).

Розвиток підприємств торгівлі передбачає різноманітність прояву кривих стійкості, а саме:

варіант 1: $P_i < 1$, $P_i' = P_i - (1 - \varepsilon) \geq 0$ → підприємство знаходиться у нижній зоні рівноважного стану, тобто в межах $[1 - \varepsilon; 1]$;

варіант 2: $P_i > 1$, $P_i' = P_i - (1 + \varepsilon) < 0$ → підприємство знаходиться у верхній зоні рівноважного стану, тобто в межах $[1; 1 + \varepsilon]$;

варіант 3: $P_i < 1$, $P_i' = P_i - (1 - \varepsilon) < 0$ → підприємство відхилилось від рівноважного стану і знаходиться в межах $[0; 1 - \varepsilon]$;

варіант 4: $P_i > 1$, $P_i' = P_i - (1 + \varepsilon) > 0$ → підприємство відхилилось від рівноважного стану і знаходиться в межах $[1 + \varepsilon; +\infty]$.

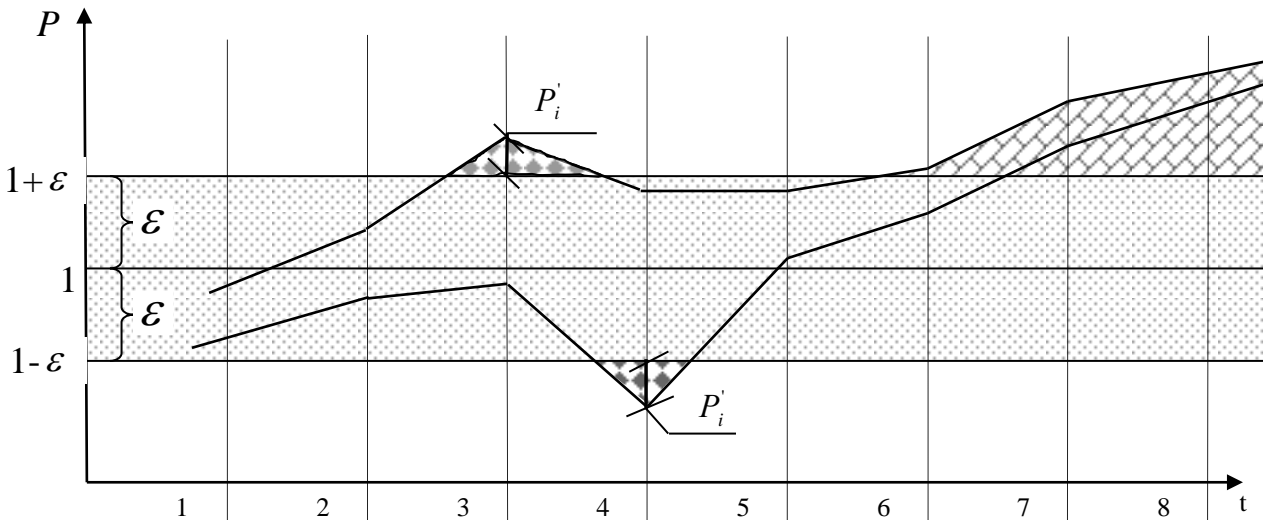





Рис.1. Зона рівноваги підприємства:

-  - зона рівноваги;
-  - новий рівноважний стан;
-  - відхилення від рівноважного стану.

Варіанти 1 та 2 свідчать про те, що підприємство знаходиться у стійкому рівноважному стані, варіанти 3, 4 відображують відхилення від рівноважної зони. При

цьому, підприємство у якого $\sum P_i' \rightarrow 0$ за встановлений період часу, є стійким, тобто має та реалізує внутрішні можливості для повернення до рівноважного стану.

Тобто, конкурентостійкими вважаються підприємства, у яких одночасно виконуються обидві умови:

$$\{ I_i(m.o); I_i(n); I_i(\kappa) \} \geq 1 \text{ та } \sum P_i' \rightarrow 0.$$

Експрес-оцінку конкурентостійкості за розробленою методикою було проведено на базі репрезентативної сукупності підприємств роздрібної торгівлі, які спеціалізуються на реалізації товарів тривалого користування (побутової техніки) та функціонують на одному сегменті споживчого ринку м. Харкова.

Результати проведених розрахунків за формулами 1-3 свідчать про відсутність у підприємств №1; 3; 5; 6 вибіркової сукупності належного рівня конкурентоспроможності, оскільки їх індикатори конкурентоспроможності мають значення менші за одиницю за весь період аналізу, а відповідно вони вже не є конкурентостійкими.

Для визначення наявності/відсутності стійкості конкурентоспроможних підприємств, було розраховано значення їх показників рівноваги (P_i) (табл.) та визначено їх відхилення від зони рівноваги.

Таблиця

Рівноважні значення підприємств сукупності

№з/п	$P_i(T_i(m.o))$			$P_i(T_i(n))$			$P_i(T_i(\kappa))$		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
№2	1,00	0,94	1,01	1,00	0,94	4,36	1,00	0,96	1,19
№4	1,00	0,94	1,00	1,00	1,11	3,72	1,00	0,95	1,19
№7	1,00	0,97	1,02	1,00	1,11	3,72	1,00	0,95	1,19
№8	1,00	0,97	1,00	1,00	0,93	3,80	1,00	1,04	1,18
№9	1,00	0,98	1,00	1,00	1,05	3,78	1,00	0,99	1,06
№10	1,00	0,96	1,00	1,00	1,03	4,09	1,00	0,95	1,03

Результати розрахунків стійкості конкурентоспроможних підприємств (табл.) доводять, що підприємства № 2; 4; 7; 8; 9; 10 є конкурентостійкими.

У **третьому розділі – «Методичні підходи до оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі»** розроблено методичний інструментарій оцінки конкурентостійкості підприємств; запропоновано метод оцінки стійкості функціонування торговельного підприємства в умовах невизначеності; обґрунтовано загальну технологію оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі.

Розроблено методичний інструментарій оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі, який базується на визначених принципах, обґрунтованих вимогах (врахування галузевих особливостей, динаміки розвитку, однозначності інтерпретації результатів) певних методичних підходах, що ґрунтуються на встановлених критеріях, які є функціями відповідних показників.

Критерій конкурентоспроможності (Y_{1j}) визначається такими коефіцієнтами: асортиментних позицій (X_1), рентабельності (X_2), торгової діяльності (X_3), прибутковості (X_4).

Критерій економічної ефективності (Y_{2j}) коефіцієнтами: використання торговельної площі (X_5), використання загальної площі (X_6), торговельної діяльності (X_7).

Критерій фінансового стану (Y_{3j}) коефіцієнтами: поточної ліквідності (X_8), рентабельності власного капіталу (X_9), автономії (X_{10}).

Критерій ризику (Y_{4j}) коефіцієнтами: Бівера (X_{11}), ризику торговельної діяльності (X_{12}), ризику впливу конкурентів (X_{13}).

Система оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі, яка є невід'ємною частиною розробленого методичного інструментарію, забезпечує однозначність та адекватність оцінки шляхом розрахунку комплексного показника загального рівня

конкурентостійкості, що поєднує в собі усі критерії в їх взаємозв'язку, кожен з яких визначено відповідною системою показників (формула 5):

$$T(Y_j) = \frac{T(Y_{1j}) \times T(Y_{2j}(X_5)) \times T(Y_{2j}(X_6)) \times T(Y_{3j}) \times T(Y_{4j}(X_{11}))}{T(Y_{2j}(X_7)) \times T(Y_{4j}(X_{12})) \times T(Y_{4j}(X_{13}))}, \quad (5)$$

де $T(Y_j)$ – комплексний показник загального рівня конкурентостійкості j -го торговельного підприємства; $T(Y_{ij})$ – темп зміни i -го критерію конкурентостійкості j -го торговельного підприємства.

Оцінку конкурентостійкості підприємств торгівлі в рамках визначеної конкурентної групи запропоновано проводити за допомогою розробленого комплексного інтегрального показника конкурентостійкості, отриманого модифікацією методу комплексного інтегрального показника ефективності, шляхом введення критеріїв оцінки конкурентостійкості в якості незалежних змінних (формула 6):

$$K_j^i = \frac{\sum_{j=1}^n \frac{Y_{ij} - \bar{Y}_i}{\bar{Y}_i}}{n}, \quad (6)$$

де Y_{ij} – значення узагальненого i -го показника, який характеризує ефективність діяльності j -го торговельного підприємства; \bar{Y}_i – середнє значення узагальненого i -го показника, який характеризує ефективність діяльності конкурентної групи підприємств; n – кількість спостережень, які приймають участь в розрахунку комплексного показника.

Для забезпечення стабільного функціонування протягом тривалого часу підприємства торгівлі мають проводити постійний моніторинг результатів діяльності та їх відхилень, що виникають внаслідок впливу різноманітних чинників. Для вирішення цього завдання розроблено метод оцінки стійкості функціонування підприємств торгівлі в умовах невизначеності (формула 7):

$$Y_{5j}(Y_{ij}) = 1 + \frac{T_{ij}(Y_{ij}) - \overline{T_{ij}(Y_{ij})}}{\overline{T_{ij}(Y_{ij})}}, \quad (7)$$

де Y_{5j} - показник оцінки стійкості функціонування j -го торговельного підприємства в умовах невизначеності; $Y_{5j}(Y_{ij})$ - показник оцінки стійкості функціонування j -го торговельного підприємства в умовах невизначеності за кожним узагальнюючим показником конкурентостійкості; $T_{ij}(Y_{ij})$ – темпи зміни узагальнюючого i -го показника конкурентостійкості j -го торговельного підприємства; $\overline{T_{ij}(Y_{ij})}$ – середнє значення темпів зміни кожного з критеріїв конкурентостійкості підприємств торгівлі.

Даний підхід дозволяє визначити „проблемні” місця щодо забезпечення конкурентостійкості підприємств торгівлі за основними критеріями, що дає можливість виявити ті аспекти торговельної діяльності, які мають негативну тенденцію.

Практична цінність розроблених методичних підходів полягає в тому, що їх застосування дає можливість підприємствам роздрібної торгівлі визначити свій рівень конкурентостійкості на даному сегменті ринку та виявити проблеми. Це сприяє вчасному попередженню негативних наслідків та впровадженню заходів щодо стабілізації та підвищення рівня конкурентостійкості.

Для практичного впровадження запропонованих методичних підходів до оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі розроблено технологію оцінки (рис.2) у вигляді алгоритмічної послідовності етапів.

Результати апробації цієї технології на вибірковій сукупності підприємств роздрібної торгівлі м. Харкова дозволили визначити: рівень конкурентостійкості кожного підприємства; конкурентну позицію окремого підприємства в рамках конкурентної групи; рівень стійкості кожного підприємства в умовах невизначеності.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення науково-прикладного завдання розробки методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі. Це дозволяє підвищити наукову обґрунтованість управлінських рішень щодо формування та забезпечення конкурентостійкості підприємств торгівлі в умовах конкурентної боротьби у довгостроковій перспективі. У процесі дисертаційного дослідження вирішено всі поставлені завдання та досягнуто встановленої мети.

Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та узагальнення.

1. Аналіз накопиченого досвіду, який відбивається в основних положеннях та трансформації теорії конкурентоспроможності дозволив чітко розмежувати поняття „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість” на рівні підприємства, визначити їх спільні та відмінні ознаки. Доведено, що конкурентостійкість є характеристикою „більш високого рівня”, яка виражається в можливості утримання конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі. Характерними відмінностями конкурентостійкості економічної системи є: наявність гомеостатичності; динамічність існування; наявність стійкості та рівноваги, що обумовлює здатність системи реагувати та/або адаптуватися до змін зовнішнього оточення.

2. На основі узагальнення теоретичних поглядів щодо формування та забезпечення конкурентостійкості й урахування галузевої специфіки уточнено економічну сутність поняття „конкурентостійкість підприємств торгівлі”, що являє собою характеристику ефективного здійснення торговельно-технологічних процесів підприємства в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі, яка визначається взаємопов’язаними та взаємозалежними складовими (конкурентоспроможністю та стійкістю підприємства), обов’язковий комплекс яких забезпечує вирішення відповідних функціональних завдань.

3. Базуючись на результатах дослідження теоретичних підходів щодо систематизації принципів оцінки конкурентоспроможності та стійкості як складових конкурентостійкості, обґрунтовано та запропоновано систему принципів оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі, яка є сукупністю обов’язкових правил оцінки і містить принципи: конструктивності, об’єктивності, системності, динамічності, безперервності, оптимальності, випадковості, незворотності, невизначеності, нелінійності, прогресивності, структурованості, досяжності, несуперечливості, спрямованості, економічної доцільності, інтегрованості, розмежування діагностичних задач, ієрархічності, багатоваріантності, верифікованості, комплексності, конкретності.

4. Аналіз наявної статистичної інформаційної бази дозволив установити, що період з 2003 до 2007 року характеризується: позитивними тенденціями розвитку економіки, що сприяє активізації споживчого ринку; зростанням життєвого рівня та платоспроможності населення; бурхливим розвитком торгівлі в Україні та в Харківській області, підвищенням її інвестиційної привабливості, що сприяє зростанню рівня її міжгалузевої конкурентоспроможності. Також виявлено посилення внутрішньогалузевої конкуренції, яке відбивається в зменшенні кількості суб’єктів господарювання, значній частці збиткових та тенденціях щодо укрупнення підприємств торгівлі.

5. Для визначення стану конкурентостійкості підприємств торгівлі в сучасних умовах розвитку економіки запропоновано методичний підхід, що передбачає послідовну оцінку її складових на основі врахування їх особливостей, яка ґрунтується на запропонованій системі принципів. В основу проведення оцінки покладено необхідність встановлення „початкової (відлікової) точки”, тобто числового значення досягнення якого свідчить про наявність конкурентоспроможності; врахування галузевої специфіки під час вибору показників оцінювання; застосування вийняtkово кількісних показників, які мають однозначну

економічну інтерпретацію; кількісне встановлення зони рівноваги. Оцінку конкурентостійкості проведено на підприємствах репрезентативної вибіркової сукупності підприємств роздрібною торгівлі, які спеціалізуються на реалізації товарів тривалого користування та функціонують на споживчому ринку м. Харкова. Результати розрахунків дозволили виокремити з усієї сукупності підприємств конкурентостійкі та оцінити їх стан.

6. Для встановлення наявності та оцінки рівня конкурентостійкості підприємств торгівлі розроблено методичний інструментарій, який базується на обґрунтованих вимогах, виділених критеріях, відповідних показниках і містить в собі: систему оцінки, методичні підходи та методи їх реалізації.

Для визначення наявності конкурентостійкості окремого підприємства торгівлі запропоновано комплексний метод оцінки загального рівня конкурентостійкості. Даний метод ґрунтується на використанні темпів зміни, що дозволяє співвідносити показники, які мають різне вимірювання за рахунок згладжування числових значень.

З метою визначення рівня конкурентостійкості в конкурентній групі розроблено метод комплексного інтегрального показника оцінки конкурентостійкості, який дає можливість визначити рівень конкурентостійкості порівняно з основними конкурентами не лише в поточному періоді, але й у перспективі.

Задля виявлення „проблемних” місць у діяльності підприємств торгівлі з позиції їх конкурентостійкості запропоновано метод оцінки стійкості функціонування в умовах невизначеності. Це дає можливість приділити особливу увагу саме тим аспектам діяльності, які мають негативну тенденцію щодо забезпечення та/або утримання конкурентостійкості.

7. Для адекватності процедури оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібною торгівлі запропоновано технологію, яка являє собою жорстку послідовність здійснення визначених етапів. Дана технологія зручна у використанні, її застосування дозволяє підприємствам роздрібною торгівлі визначати наявність та рівень їх конкурентостійкості шляхом однозначної інтерпретації одержаних результатів.

8. У результаті апробації розробленого методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості на прикладі підприємств роздрібною торгівлі м. Харкова встановлено їх рівень конкурентостійкості на конкретному сегменті ринку та виявлено „проблемні місця”. Це дало змогу впровадити необхідні заходи щодо стабілізації та підвищення рівня конкурентостійкості, що сприяло зростанню річного товарообороту на 9 %.

ПЕРЕЛІК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації у наукових фахових виданнях

1. Сімах Ю. А. Сучасні підходи до визначення поняття конкурентоспроможність / Ю. А. Сімах, М. В. Чорна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2006. – Вип.1 (3). – С. 149 – 155. (Особистий внесок здобувача полягає в уточненні економічної сутності поняття конкурентоспроможність підприємства.)

2. Сімах Ю. А. Асортимент продукції як чинник конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі / Ю. А. Сімах // Вісник Міжнародного Слов'янського Університету. Серія «Економічні науки». – 2006. – № 2 (Т. IX). – С. 39 – 42.

3. Сімах Ю. А. Конкурентні переваги підприємств торгівлі / Ю. А. Сімах // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2006. – Вип.2 (4). – С. 375 – 382.

4. Сімах Ю. А. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: переваги та недоліки / Ю. А. Сімах // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: економічні науки. – 2007. – Випуск 50. – С. 322 – 326.

5. Сімах Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства / Ю. А. Сімах // Вісник Міжнародного Слов'янського Університету. Серія «Економічні науки». – 2007. – Т.Х, № 1. – С. 12-16.

6. Сімах Ю.А. Використання кореляційно-регресійного аналізу для оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі / Ю. А. Сімах // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2007. – Вип.2(6). – С. 76 – 81.

7. Сімах Ю.А. Методика оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі / Ю. А. Сімах // СХІД. – 2008. - №3 (87). – С. 8-12.

8. Сімах Ю.А. Оцінка впливу невизначеності зовнішнього середовища на конкурентостійкість підприємств торгівлі / Ю. А. Сімах, М. В. Чорна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2008. – Вип. 1 (7). – С. 119 – 128. (Особистий внесок здобувача полягає в обґрунтуванні методу оцінки впливу невизначеності на конкурентостійкість.)

Опубліковано тези за матеріалами конференцій

9. Сімах Ю. А. Формування конкурентостійкості торговельних підприємств / Ю. А. Сімах: матеріали III Міжнар. наук. – практ. конф. [„Науковий простір Європи – 2007”], (Дніпропетровськ, 16-30 квітня 2007 р.) / Наука и образование. – Дніпропетровськ : Наука и образование, 2007. – Том 3. – С. 51-53.

10. Сімах Ю. А. Стійкість та рівновага підприємства / Ю. А. Сімах: матеріали II міжнар. наук. – практ. конф. [«Розвиток наукових досліджень 2006»], (Полтава, 27-29 листопада 2006р.). – Полтава : Вид-во „ІнтерГрафіка”, 2006. – С. 32-34.

11. Сімах Ю.А. Конкурентостійкість підприємств як запорука економічної безпеки держави / Ю. А. Сімах, М. В. Чорна: матеріали міжнар. наук. – практ. конф. [Економічна безпека держави: стан, проблеми, напрямки зміцнення], (Харків, 10 жовтня 2008 р.) – Х.: Вид-во Харк. Нац. Ун-ту внутр. справ, 2008. – С. 175 - 178. (Особистий внесок здобувача полягає в уточненні визначення поняття конкурентостійкість підприємства торгівлі.)

12. Сімах Ю. А. Конкурентний потенціал: особливості термінології / Ю.А. Сімах, М. В. Чорна: матеріали Всеукраїнської наук. – практ. конф. [„Управління економічним потенціалом підприємства”], (Харків, 26 вересня 2008 р.) – Харків : ХДУХТ, 2008. – С. 94-95. (Особистий внесок здобувача полягає у визначенні спільних та відмінних ознак понять „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість”.)

АНОТАЦІЯ

Сімах Ю.А. Оцінка конкурентостійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – „економіка та управління підприємствами” (за видами економічної діяльності). – Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків, 2009.

Дисертацію присвячено розвитку теоретичних положень та розробці методичного інструментарію оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі.

У роботі розкрито економічну сутність поняття „конкурентостійкість підприємств торгівлі”, розмежовано поняття „конкурентоспроможність” та „конкурентостійкість”. Удосконалено систематизацію принципів оцінки конкурентостійкості підприємств торгівлі.

Обґрунтовано методичний підхід до оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі, який ґрунтується на послідовному оцінюванні її складових (конкурентоспроможності та стійкості) в їх взаємодії з використанням динамічних показників розвитку підприємств торгівлі та їх співвідношенні.

Розроблено методичний інструментарій оцінки конкурентостійкості підприємства. Для встановлення наявності конкурентостійкості окремого підприємства торгівлі запропоновано комплексний метод оцінки загального рівня конкурентостійкості. Удосконалено метод оцінки конкурентостійкості в межах визначеної конкурентної групи. Запропоновано метод оцінки стійкості функціонування торговельного підприємства в умовах

невизначеності. Розроблено та обгрунтовано технологію практичної реалізації оцінки конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі на базі запропонованих методів.

Ключові слова: конкурентостійкість, конкурентоспроможність, підприємство роздрібної торгівлі, принципи оцінки, методичний інструментарій оцінки, технологія оцінки, методичні підходи, методи.

АННОТАЦИЯ

Симех Ю.А. Оценка конкурентоустойчивости предприятий розничной торговли.

Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – „экономика и управление предприятиями” (за видами экономической деятельности). – Харьковский государственный университет питания и торговли. – Харьков, 2009.

Диссертация посвящена развитию теоретических положений и разработке методического инструментария оценки конкурентоустойчивости предприятий розничной торговли.

В работе исследована эволюция теории конкурентоспособности, четко разделены понятия «конкурентоспособность» и «конкурентоустойчивость» на уровне предприятия, выявлены их общие и отличительные черты. Выделены и обоснованы особенности формирования конкурентоустойчивости предприятий торговли, что позволило уточнить экономическую сущность понятия „конкурентоустойчивость предприятий торговли”. Обоснована необходимость проведения оценки конкурентоустойчивости предприятий торговли и усовершенствована систематизация ее принципов.

Проведено исследование современного состояния конкуренции, раскрыты особенности и проблемы развития предприятий торговли, что позволило выявить: позитивные тенденции развития экономики; возрастание жизненного уровня и платежеспособности населения; позитивное развитие торговли и повышение ее инвестиционной привлекательности. В результате аналитического исследования установлено усиление внутриотраслевой конкуренции в торговле, которое проявляется в сокращении количества предприятий, в значительной доли убыточных, и тенденций к их укрупнению.

Доказано, что конкурентоустойчивое предприятие всегда является конкурентоспособным и устойчивым одновременно, что обуславливает необходимость последовательного проведения ее оценки, используя отдельные методики в их взаимосвязи.

Для этого разработан методический подход к оценке конкурентоустойчивости предприятий розничной торговли, предусматривающий оценку конкурентоспособности (методом соотношения динамических показателей развития предприятий) и устойчивости (методом определения количественного значения зоны равновесия) в их взаимодействии. При этом, теоретически и логически обоснован выбор показателей, характерных для предприятий розничной торговли.

Разработан методический инструментарий оценки конкурентоустойчивости предприятий торговли, состоящий из системы оценки, методических подходов и методов их реализации, основанный на определенных принципах, обоснованных требованиях, установленных критериях и соответствующих показателях.

Для определения наличия конкурентоустойчивости конкретного предприятия торговли предложен комплексный метод оценки общего уровня конкурентоустойчивости, являющийся неотъемлемой частью разработанного методического инструментария. Этот метод обеспечивает однозначность и адекватность оценки путем расчета комплексного

показателя общего уровня конкурентоустойчивости, объединяющего все критерии в их взаимосвязи, каждый из которых определяется соответствующей системой показателей.

С целью определения уровня конкурентоустойчивости в конкурентной группе разработан метод комплексного интегрального показателя оценки конкурентоустойчивости путем модификации метода комплексного интегрального показателя эффективности.

Получил дальнейшее развитие методический подход к оценке устойчивости функционирования предприятий торговли в условиях неопределенности, который основывается на сглаживании негативных (отрицательных) отклонений результатов деятельности с позиции обеспечения и удержания конкурентоустойчивости.

Для практической реализации разработанных методических подходов к оценке конкурентоустойчивости предприятий розничной торговли предложена общая технология оценки в виде алгоритмической последовательности определенных этапов ее проведения.

В результате апробации предложенного методического инструментария оценки конкурентоустойчивости на примере предприятий розничной торговли г. Харькова определен уровень конкурентоустойчивости на конкретном сегменте рынка и выявлены „проблемные места”. Это дало возможность разработать и внедрить необходимые мероприятия по стабилизации и повышению уровня конкурентоустойчивости, что способствовало росту годового товарооборота на 9 %.

Ключевые слова: конкурентоустойчивость, конкурентоспособность, предприятие розничной торговли, принципы оценки, методический инструментарий оценки, технология оценки, методические подходы, методы.

ANNOTATION

Simeh J.A. Competitive Stability of Retailer Enterprises. Manuscript.

Thesis for competition of candidate of economic science degree by speciality 08.00.04 – «economics and enterprise management» (as to economic activities). – Kharkiv State University of Food Technology and Trade. – Kharkiv, 2009.

The dissertation deals with development of theoretical propositions and methodical tools for assessment of competitive stability of retailer enterprises.

In the dissertation the essence of the “competitive stability of retailer enterprises” concept is discovered, the concepts “competitive ability” and “competitive stability” are particularized. The systematization of the principles of competitive stability of retailer enterprises is improved.

The methodical approach to assessment of competitive stability of retailer enterprises is substantiated basing on step-by-step estimation of its components (competitive ability and stability) in their interaction and applying dynamic indices of trading enterprises development and their correlations.

The methodical tools for estimation of competitive stability of retailer enterprises have been developed. For defining if a particular retailer enterprise has some competitive stability a complex method of competitive stability general level assessment has been proposed. The method of competitive stability assessment in the frame of particular competitive group has been improved.

A The method of competitive stability assessment of retailer enterprises functioning under condition of uncertainty has been proposed. The technology of practical realization of evaluating competitive stability of retailer enterprises has been developed and substantiated basing on the proposed methods.

Keywords: competitive stability, competitive ability, retail enterprise, assessment principles, methodical tool of assessment, technology of assessment, methodical approach, methods.

Відповідальний за випуск – Чорна М.В.

Підписано до друку 24.02.2009р. Формат 60x84 1/16
Умовн. друк. арк. 1,1 Друк ризографія.
Зам. № 1666 Тираж 100 прим.

Підготовлено та надруковано РВВ
Харківського державного технічного університету
будівництва та архітектури
ХДТУБА, 61002, Харків, вул. Сумська, 40