

Балабан П. Ю.,

к.е.н., проф., завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Вищий навчальний заклад Укоопспілки Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

Балабан М. П.,

к.е.н., доц., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Вищий навчальний заклад Укоопспілки Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ЕФЕКТИВНІСТЬ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ

Анотація. У статті розглянуто проблеми сучасного розвитку підприємництва в сфері торгівлі споживчої кооперації. Акцентовано увагу на трансформаційних процесах, що відбуваються у кооперативній торгівлі в умовах ринково орієнтованої економіки, методах оцінки ефективності та конкурентоспроможності підприємств. У якості інструментів економічного аналізу запропоновано використання матричного методу та методу ієрархії. Обґрунтовано стратегічні підходи до оцінки конкурентоспроможності й стратегії розвитку всіх ієрархічних рівнів споживчої кооперації, етапи розробки стратегії розвитку системи. На матеріалах Дніпропетровської обласпоживспілки з використанням матриці БКГ та моделі М. Портера визначено рівень конкурентоспроможності та види стратегій розвитку райспоживспілок. Подальші дослідження повинні спрямовуватися на розробку конкретних заходів, що забезпечать досягнення стратегічних цілей організацій.

Ключові слова: підприємництво, торгівля, ефективність, конкурентоспроможність, стратегія, матриця БКГ, модель Портера.

Balaban P. U.,

Ph.D., Professor, Head of the Department of Commercial Activities and Entrepreneurship, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka Poltava University of Economics and Trade, Poltava

Balaban M. P.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commercial Activities and Entrepreneurship, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka Poltava University of Economics and Trade, Poltava

TRADE ENTERPRENEURSHIP: EFFICIENCY, COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT STRATEGY

Abstract. The article deals with the problems of modern development of entrepreneurship in the trade sphere of consumer cooperation. Attention is emphasized on the transformational processes taking place in cooperative trade in a market-oriented economy as well as on methods of assessing the efficiency and competitiveness of enterprises. As tools of economic analysis, the use of matrix method and hierarchy method is proposed. The strategic approaches to the evaluation of competitiveness and strategy development of all hierarchical levels of consumer cooperation as well as stages of elaboration of the whole system development strategy are substantiated. With the use of operational data of the Dnipropetrovsk consumer union using the BCG matrix and M. Porter's model the level of competitiveness and types of development strategies of the regional consumer unions are determined. Further research should be directed at developing specific measures that will ensure the achievement of the strategic goals of organizations.

Keywords: entrepreneurship, trade, efficiency, competitiveness, strategy, BCG matrix, Porter's model.

Постановка проблеми. Торговельне підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність у сфері торгівлі та обслуговуючій її інфраструктурі,

що здійснюється суб'єктами господарювання в певній організаційно-правовій формі з метою задоволення потреб споживачів у товарах і послугах та одержання прибутку [1, с. 16].

Актуальність проблеми визначена тим, що активний розвиток торговельного підприємництва в системі споживчої кооперації почався після 1992 року з прийняттям Верховною Радою України Закону України “Про споживчу кооперацію”. Поява приватної власності та конкуренція ставили нові вимоги до розвитку кооперативної торгівлі, її ефективності та конкурентоспроможності торговельних підприємств. Відповідних змін зазнавала і стратегія розвитку всієї системи споживчої кооперації та її торговельної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний підхід до оцінки ефективності та конкурентоспроможності торговельного підприємництва висвітлений у працях відомих вітчизняних науковців, серед яких В. Апопій [5], С. Бабенко, А. Виноградська [6], Н. Власова [3], Н. Голошубова [7], Л. Лігоненко, А. Мазаракі [8], М. Чорна [9] та ін. Поряд з цим, особливості системи споживчої кооперації з цих питань висвітлені недостатньо, що було викликано як колективною формою власності торговельних підприємств, так і умовами здійснення господарської діяльності, особливо в радянський період.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз основних методик оцінки ефективності та конкурентоспроможності торговельного підприємництва у системі споживчої кооперації та визначення стратегії його розвитку в умовах конкурентної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним завданням торговельного підприємництва у роздрібній торгівлі є реалізація товарів кінцевому споживачеві для особистого споживання, яка забезпечує підприємствам ефективне функціонування та відповідний рівень рентабельності. У зв'язку з цим активізація господарської діяльності та підвищення її ефективності перш за все має орієнтуватися на збільшення прибутку, який забезпечить поступальний розвиток торговельних підприємств у перспективі. Однак, як показала практика оцінки економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємств (організацій), дослідження окремих критеріїв ефективності та конкурентоспроможності не дає цілісного уявлення про фактичний їх рівень на регіональних ринках товарів та послуг. Тому оцінка ефективності та конкурентоспроможності повинна здійснюватися комплексно і системно. Це означає, що всі критерії оцінки повинні розглядатися як система, що має внутрішні зв'язки та закономірності розвитку, а сам процес оцінки вимагає паралельного вирішення декількох проблем: вибору базових об'єктів для порівняння (працюють в аналогічних чи близьких до них умовах, задовольняють ідентичні потреби споживачів, працюють на подібних сегментах ринку тощо); вибору відповідних критеріїв оцінки; використання об'єктивної економічної інформації тощо.

Серед економістів країн із розвинутою ринковою економікою широко розповсюджені методи

інжинірингового прогнозування (ранжування показників, їх кількісний вимір та порівняння з еталоном, розрахунок індексів, узагальнюючих та інтегрального показників конкурентоспроможності) [3, 4]. Однак широкого використання ці методи в практиці вітчизняного аналізу не знайшли. Серед основних причин – відсутність відповідної статистичної звітності, неможливість їх використання для оцінки від'ємних величин (при збитковій діяльності підприємств), неможливість порівняння фінансово-економічних показників і показників ділової активності підприємств тощо.

Аналіз широкого спектра відомих методів оцінки ефективності та конкурентоспроможності підприємств (із врахуванням специфіки господарсько-фінансової діяльності кооперативних підприємств) дозволив нам запропонувати використовувати матричний метод та метод аналізу ієрархій. Це пов'язано з тим, що стратегія розвитку господарського комплексу споживчої кооперації України як багатогалузевої системи в умовах ринкової економіки і скорочення обсягів діяльності передбачає вирішення ряду проблем, пов'язаних із розширенням сегмента діяльності та збільшенням їх частки на регіональних ринках, формуванням конкурентного статусу підприємств і організацій та його підтриманням в умовах конкурентної боротьби.

Споживча кооперація, яка монополює обслуговувала сільське населення України за радянських часів, із переходом до економіки ринкового типу почала програвати в конкурентній боротьбі приватним підприємствам, суттєво скоротила обсяги діяльності, свій внесок у розвиток сільських територій. В цих умовах актуалізується проблема ефективності підприємницької діяльності, визначення стратегії виживання та подальшого розвитку всіх галузей кооперативного господарства, в тому числі і торговельної.

Розробка стратегії підприємницької діяльності торговельних підприємств і організацій здійснюється у декілька етапів (рис. 1): досліджуються внутрішні умови діяльності підприємства (організації), умови зовнішнього середовища, оцінюються їх максимальні можливості.

Основними цільовими (стратегічними) проблемами, що постають перед підприємствами й організаціями споживчої кооперації в умовах загострення конкурентної боротьби, можуть бути: досягнення ефективності всіх підприємств системи, одержання прибутку, збільшення ринкової вартості підприємства, завоювання і розширення частки ринку, на якому здійснює свою діяльність підприємство (організація) [2, с. 76]. При цьому прибуткові та беззбиткові підприємства (організації) можуть використовувати наступальні стратегії, збиткові – оборонні, чи стратегії поєднання оборонної та наступальної після досягнення рівня беззбитковості (проміжна). Вибір стратегії розвитку обумовлює рівень ефективності діяльності та конкурентоспроможності кооперативних підприємств і організацій.

Стратегія розвитку системи споживчої кооперації в умовах конкуренції вимагає визначення

стратегічних підходів до розвитку кожного ієрархічного рівня: Укркоопспілки – обласних споживспілок – районних спілок споживчих товариств – сільських споживчих товариств – їх підприємств і організацій.

Перспективи і пріоритети соціально-економічного розвитку системи споживчої кооперації в умовах ринкової економіки на рівні Укркоопспілки визначені XIX та подальшими з'їздами споживчої кооперації України. У затвердженій стратегії обґрунтовуються основні напрями її розвитку як соціальної організації людей та господарської системи, її

адаптації до ринкових умов господарювання, підвищення ефективності функціонування та реалізації соціальної місії на селі.

Практичну роботу з визначення стратегії розвитку споживчої кооперації обласної (районної) ланок та торговельних підприємств потрібно, на нашу думку, розпочинати з визначення позицій підприємств і організацій системи в зонах господарювання, використовуючи показники ринкової сталості цих підприємств (організацій) на регіональних ринках товарів та послуг.

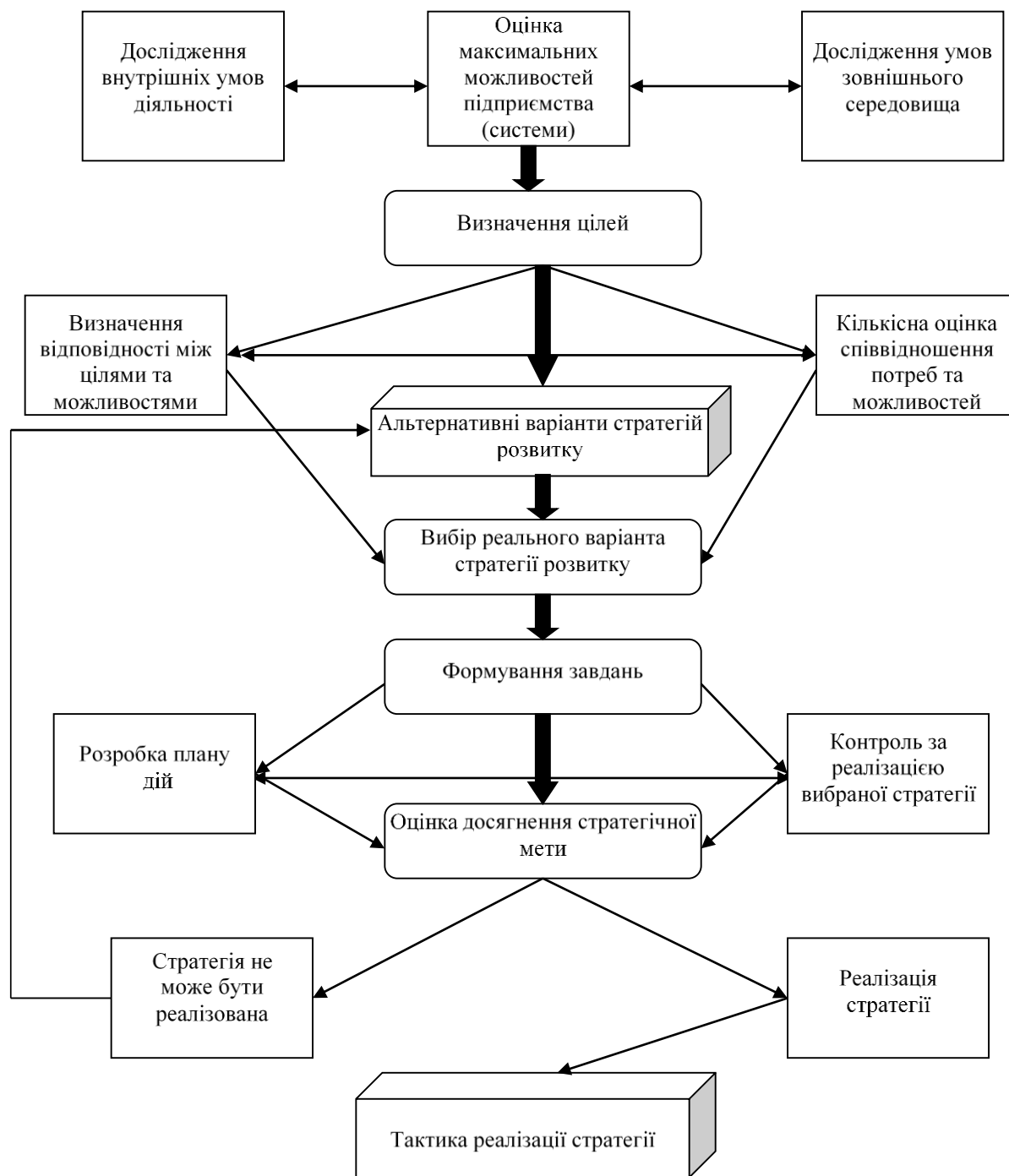


Рис. 1. Основні етапи розробки стратегії розвитку системи, підприємства (організації)

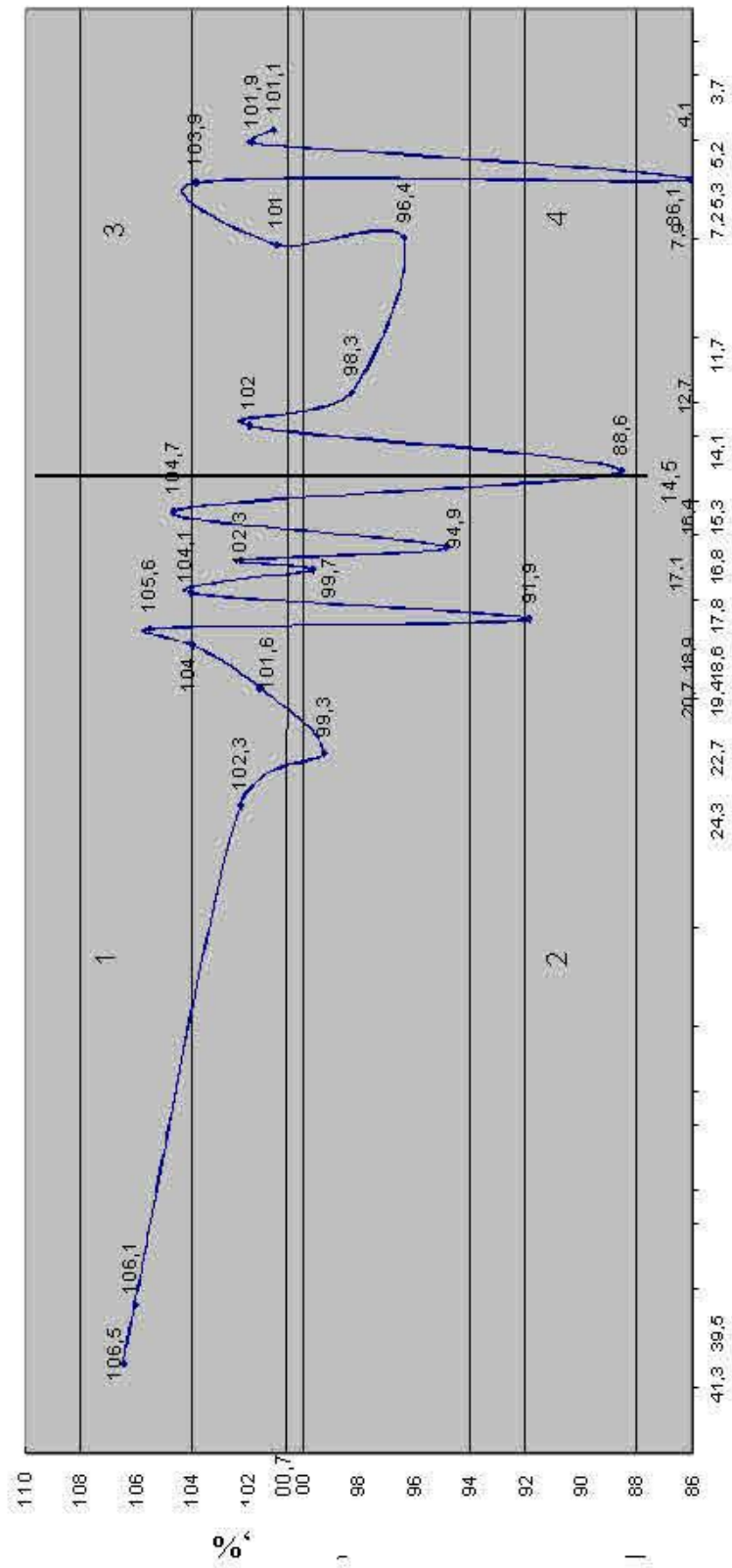


Рис. 2. Матриця ВСС районожизнєлого Дипропетровської області

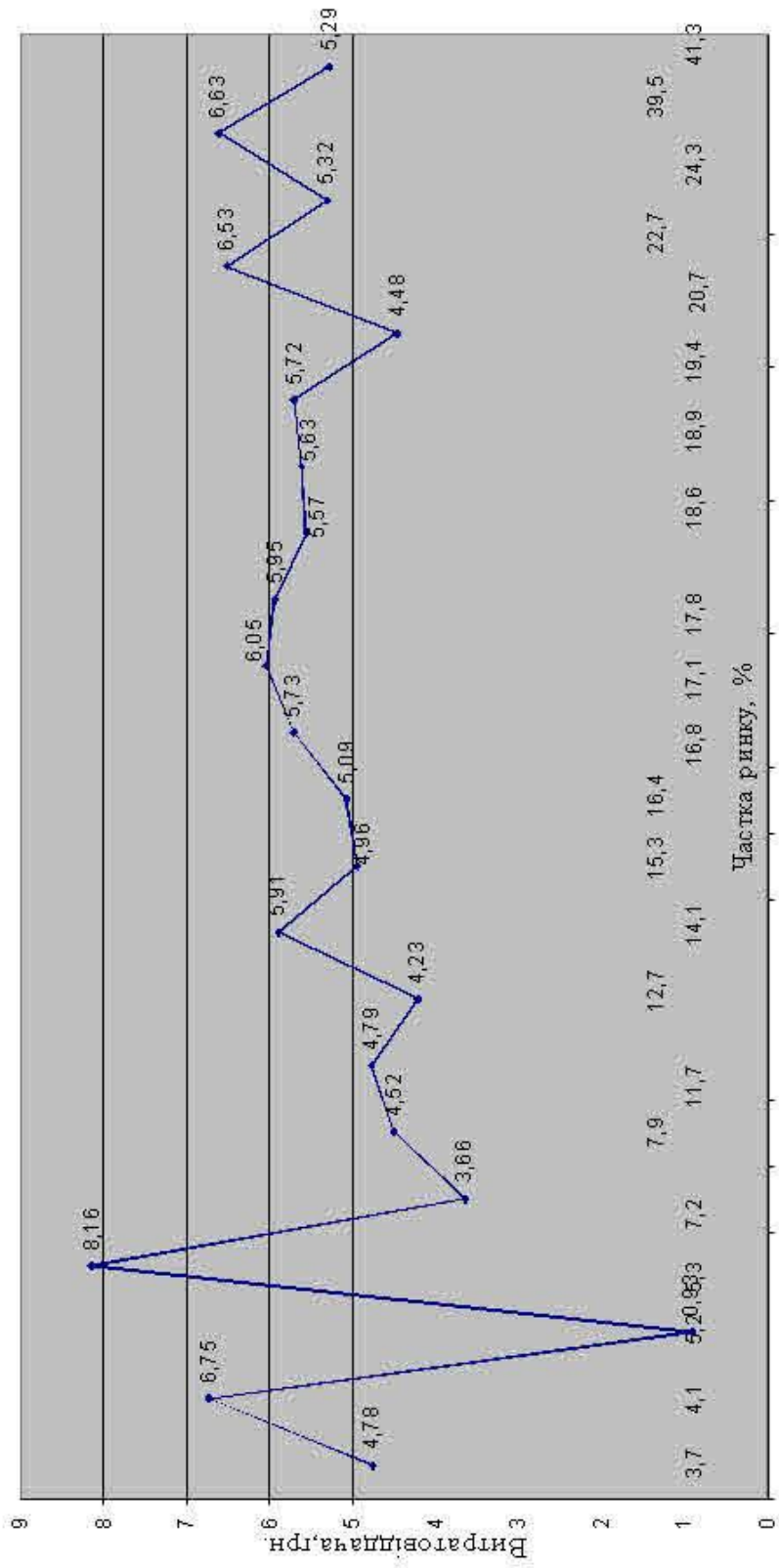


Рис. 3. Модель Портера (залежність виграшів від частки на ринку районової мережі (РайСТ) Дніпропетровської області).

Для цих цілей можна використати методи ситуаційного аналізу, за допомогою якого визначаються вихідні позиції, формулюється коло проблем для визначення стратегічно вигідних зон діяльності, їх взаємозв'язку, особливостей та специфіки розвитку [4].

При цьому частка Дніпропетровської облспоживспілки у загальному роздрібному товарообороті області залежить від темпів його росту. Тому по осі ординат відкладаємо темпи росту товарообороту, по осі абсцис – частку ринку, яку займають райспоживспілки (райСТ) товарообороті регіонів (рис. 2).

Таблиця 2

Групування райспоживспілок (райСТ) Дніпропетровської облспоживспілки за рівнем конкурентоспроможності та видом стратегії розвитку

Конкурентні позиції	Вид стратегії	Назви райспоживспілок (райСТ)
Конкуренто-спроможні	Наступальна	Криворізька, Новомосковська, Петропавлівська, Верхньодніпровська, Солонянська, Дніпропетровська
Потенційно конкуренто-спроможні	Наступальна	Софіївська, Павлоградська, Васильківське, Нікопольська, Межівська
Середньо конкуренто-спроможні	Проміжна (оборонна → наступальна)	Покровська, П'ятихатська, Томаківське, Синельниківське, Магдалинівська, Юр'ївське
Слабо конкуренто-спроможні	Оборонна	Царичанська, Криничанська, Апостолівська

Одним із найбільш відомих інструментів стратегічного аналізу є матриця росту частки ринку (матриця BCG). Вона побудована на припущенні, що визначальним показником діяльності організації (підприємства) в різних ринкових ситуаціях є обсяг товарообороту (грошових потоків), який залежить від частки (сегмента) ринку, що займає організація (підприємство).

Використовуючи матрицю BCG для визначення стратегії розвитку Дніпропетровської облспоживспілки, в основу розрахунків нами було покладено частку роздрібного товарообороту підприємств і організацій системи в загальному роздрібному товарообороті області, що характеризує частку облспоживспілки на ринку торговельного підприємництва Дніпропетровської області.

Поглибити аналіз конкурентоспроможності кооперативних організацій, деталізувати можливі варіанти та стратегію розвитку торговельного підприємництва, на нашу думку, можна за допомогою матриці М. Портера, яка дозволяє виявити вплив фінансових результатів діяльності на їх конкурентну позицію.

Модель Портера, адаптована нами до умов діяльності споживчої кооперації, перш за все повинна враховувати вплив на частку організації на зовнішньому ринку прибутку як основного фінансового показника ефективності діяльності, а також витрат обертання та інших показників, що впливають на його формування. Одним із таких є витратовіддача, що розраховується як відношення роздрібного товарообороту до витрат на його здійснення.

Модель Портера, що враховує залежність витратовіддачі від частки на ринку, для райспоживспілок

Таблиця 3

Співвідношення стратегій, конкурентних позицій та цілей забезпечення конкурентоспроможності райспоживспілок (райСТ) Дніпропетровської облспоживспілки

Конкурентні позиції	Кількість райспоживспілок (райСТ) у групі	Вид стратегії	Мета (ціль)
Сильні (конкурентоспроможні)	6	Наступальна	Збереження та зміцнення позицій на ринку територій
Потенційно сильні (потенційно конкурентоспроможні)	5	Наступальна	Зміцнення позицій
Середні (середньо конкурентоспроможні)	6	Проміжна (оборонно-наступальна)	Стабілізація діяльності, зміцнення сильних позицій, придушення слабких сторін конкурентів
Слабкі (слабо конкурентоспроможні)	3	Оборонна	Мобілізація фінансових і трудових ресурсів, вихід із кризи, стабілізація господарської діяльності

(райСТ) Дніпропетровської облспоживспілки наведена на рис. 3.

Як видно, залежність між часткою на ринку і витратою, що характеризує затратність 1 грн товарообороту, в цілому прослідковується.

Для виявлення більш чіткої залежності згрупуємо райспоживспілки за часткою ринку (табл. 1).

Як засвідчують дані табл. 1, з ростом частки, що займають райспоживспілки (райСТ) на ринку, витратою зростає.

Отже, чим більша частка ринку, тим ефективніше використовуються витрати обігу, тим більшим є товарооборот на 1 грн. витрат. Характерно, що і рівень витрат обігу з ростом частки ринку має чітку тенденцію до скорочення, що також підтверджує ефективність використання витрат.

Таким чином, за конкурентними позиціями підприємств і організацій споживчої кооперації Дніпропетровської ОСС можна всі райспоживспілки (райСТ) об'єднати у наступні групи (табл. 2).

Райспоживспілки (райСТ) першої групи (конкурентоспроможні) мають сильні позиції на регіональних ринках, другої (потенційно конкурентоспроможні) – потенційно сильні, третьої (середньо конкурентоспроможні) – середні, четвертої (слабо конкурентоспроможні) – слабкі конкурентні позиції.

Отже, визначення рівня конкурентоспроможності кожної конкретної райспоживспілки (райСТ) та її конкурентної позиції на ринку дозволяє визначити не тільки ефективність діяльності, але і конкурентну стратегію організації та, відповідно, її стратегічні цілі (табл. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. До основних результатів відносяться апробація матричних методів у процесі аналізу ефективності та конкурентоспроможності торговельного підприємництва в системі споживчої кооперації, а також визначення конкурентних позицій та стратегій розвитку підприємств (організацій) у ринково орієнтованій економіці. Для подальших досліджень ефективності та конкурентоспроможності торговельного підприємництва можуть використовуватися методи ранжування, індексний та інші економіко-математичні методи досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Юрко І. В. Торговельне підприємництво / І. В. Юрко. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 232 с.
2. Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 421 с.

3. Власова Н. О. Формування економічної стратегії підприємств роздрібною торгівлі / Н. О. Власова, О. М. Філіпенко. – Х. : ХДУХТ, 2001. – 140 с. : іл.

4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2010. – 312 с.

5. Апопій В. В. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / В. В. Апопій; [за ред. В. В. Апопія та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

6. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : ЦНЛІ, 2004. – 807 с.

7. Голошубова Н. О. Розвиток торговельних мереж в Україні / Н. О. Голошубова // Товари і ринки. – 2011. – №1. – С. 15-24.

8. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, М. М. Ушакова; [під ред. М. М. Ушакової]. – К. : Хрещатик, 1999. – 797 с.

9. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

REFERENCES

1. Yurko, I. V. (2014), *Torhovel'ne pidpriemnytstvo*, Tsentr uchbovoi literatury, K., 232 s.
2. Balaban, P. Yu. and Balaban, M. P. (2011), *Transformatsiia torhivli spozhyvchoi kooperatsii v ekonomitsi rynkovoho typu: etapy rozvytku, konkurentospromozhnist', stratehichni priorytety*, RVV PUET, Poltava, 421 s.
3. Vlasova, N. O. and Filipenko, O. M. (2001), *Formuvannia ekonomichnoi stratehii pidpriemstv rozdrubnoi torhivli*, KhDUKht, Kh., 140 s.: il.
4. Fathutdinov, R. A. (2010), *Konkurentosposobnost': jekonomika, strategija, upravlenie*, Delo, M., 312 s.
5. Apopij, V. V. (2012), *Systema rehuliuвання vnutrishn'oi torhivli Ukrainy*, Akademvydav, K., 424 s.
6. Vynohrads'ka, A. M. (2004), *Komertsijne pidpriemnytstvo: suchasnyj stan, stratehii rozvytku*, TsNL, K., 807 s.
7. Holoshubova, N. O. (2011), *Rozvytok torhovel'nykh merezh v Ukraini, Tovary i rynky*, №1, s. 15-24.
8. Mazaraki, A. A. Lihonenko, L. O. and Ushakova, M. M. (1999), *Ekonomika torhovel'noho pidpriemstva*, Khreschatyk, K., 797 s.
9. Chorna, M. V. (2010), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv rozdrubnoi torhivli: teoretiko-metodolohichni zasady ta praktychnyj instrumentarij*, KhDUKht, Kh., 426 s.