7. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : [монографія] / В. Г. Андрійчук. - К. : КНЕУ, 2005. - 292 с.

8. Макконелл Кемпбелл Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика : в 2 т. / Р. Кемпбелл Макконелл, Л. Стэнли Брю ; [пер. с англ.]. - [11-е изд.]. - М. : Республика, 1992. - Т. 2. - 400 с.

9. The structure of American economy 1919-1929, Camb. (Mass.), 1941; Input-output economics, N. Y., 1966.

10. Хейне П. Экономический образ мышления / П. Хейне, П. Д. Боуттке, Д. Л. Причитко ; [пер. с англ.]. - М. : Вильямс, 2007. - 530 с.

11. Мароши М. Организация, стимулирование, эффективность / М. Мароши. - М. : Экономика, 2001. - 690 с.

12. Березин И. С. Маркетинг и исследование рынков / И. С. Березин. - М. : Русская деловая литература, 1999. - 416 с.

13. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика / С. І. Дугіна. - К. : КНЕУ, 2005. - 393 с.

14. Власова Н. О. Діагностика фінансової кризи підприємств роздрібної торгівлі : [монографія] / Н. О. Власова, В. А. Гросул, Ю. Є. Чирва. - Харків : ХДУХТ, 2007. - 209 с.

N. Vlasova, M. Chorna

SYSTEM OF ESTIMATION OF EFFICIENCY OF RETAIL ENTERPRISES PRICE POLICY

System of estimation of efficiency of retail enterprises price policy is grounded, it takes into account different determinations of efficiency and allows to identify the level of efficiency all possible variants of retail enterprises price policy

Key words: *system of estimation, price policy, retail enterprises, efficiency.*

© *Н. Власова, М. Чорна*
Надійшла до редакції 08.02.2010

УДК 658.6:005.336

ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ (ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ)

НАТАЛІЯ КРАСНОКУТСЬКА,
кандидат економічних наук, доцент, докторант
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті запропоновано інформаційно-методичне забезпечення дослідження ресурсного потенціалу торговельних підприємств. Визначено основні тенденції розвитку та особливості структури ресурсного потенціалу торговельних підприємств різних форматів і спеціалізації. Розроблено економіко-математичні моделі залежності обсягів товарообороту торговельних підприємств від вартості елементів їх ресурсного потенціалу.

Ключові слова: *потенціал, ресурси, торговельне підприємство, вартість.*

Постановка проблеми. Ускладнення зовнішніх умов діяльності торговельних підприємств через несприятливу кон'юнктуру споживчого та фінансового ринку актуалізують завдання пошуку додаткових джерел створення цінності. У числі таких джерел важливе місце посідає ресурсний потенціал, який справедливо вважається основою будь-якої діяльності. Являючи собою частину внутрішнього середовища торговельного підприємства, ресурсний потенціал визначає його граничні можливості щодо перспектив створення тієї чи іншої ціннісної пропозиції для споживачів. Дані про фактичний стан ресурсного потенціалу як системи є тим відправним моментом, який, із позицій холістичної парадигми, дозволяє уявити весь об'єкт у його складності та цілісності, а з позицій аналітичної логіки, є тим частковим, що закладає основу розуміння й фундамент майбутньої стратегії підприємства. Як свідчить світова практика стратегічного управління, саме акцентування уваги в дослідженнях на внутрішніх цінних ресурсах підприємства сприяє розв'язанню однієї з ключових проблем в управлінні - пошуку причин успішності одних підприємств і занепаду інших. Досконале знання внутрішніх сильних сторін, основу яких складає ресурсний потенціал, дозволяє не тільки швидко адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища, але й ініціювати та випередити ці зміни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність пошуку цінних ресурсів привернула увагу до розробленої ще в середині XX ст. ресурсної теорії підприємства [1; 2]. Велика кількість наукових публі-

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com

кацій присвячена вивченню складу ресурсного потенціалу й тим його характеристикам, що забезпечують стійкі конкурентні переваги підприємств. У дослідженнях Б. Вернерфельта, Р. Гранта піднімаються та вирішуються питання визначення стратегічних ресурсів підприємства та їх впливу на результати його діяльності [3; 4]. Праці Т. Шталь, О. Маковоз присвячені розробці підходів до вимірювання ефективності використання ресурсного потенціалу в торгівлі [5; 6]. Беручи до уваги існуючі досягнення, слід зазначити, що поза межами наукових пошуків залишились комплексні дослідження структури ресурсного потенціалу торговельних підприємств, а також емпіричні підтвердження залежності обсягів їх діяльності від сформованого ресурсного потенціалу.

Метою статті є виявлення основних тенденцій розвитку та особливостей структури ресурсного потенціалу торговельних підприємств України на основі спеціального методичного інструментарію та розробка економіко-математичних моделей залежності товарообороту від вартості сформованого ресурсного потенціалу підприємств торгівлі різних форматів і спеціалізації.

Виклад основного матеріалу. Підґрунтям будь-якого дослідження є чітко побудована та структурована методологія, яка визначає мету, об'єкти, принципи та методи його проведення. Зважаючи на цільову спрямованість дослідження ресурсного потенціалу, визначену вище, його об'єктами було визначено товарний, технічний, просторовий, фінансовий, кадровий і репутаційний потенціал торговельних підприємств України, які в кожному окремому випадку можуть вимірюватись за допомогою вартісних показників. З метою забезпечення порівнянності різнорідних елементів ресурсного потенціалу в основу проведення дослідження було покладено принципи вартісної оцінки (корисності, заміщення, збалансованості, внеску тощо), які визначають основні вимоги до кількісного вимірювання елементів потенціалу.

Дотримуючись позиції, що вартісна оцінка буде мати певне інформативне навантаження в перебігу визначення нижньої граничної межі витрат на формування існуючого потенціалу діючого бізнесу (наприклад, під час розробки рішення щодо його припинення (із майбутнім продажем) або продовження), нами розроблено інформаційно-методичне забезпечення її проведення в розрізі кожного елемента ресурсного потенціалу торговельного підприємства (табл. 1).

Таблиця 1. - Система елементів, методичного та інформаційного забезпечення вартісної оцінки сформованого ресурсного потенціалу торговельного підприємства

Елемент вартісної оцінки потенціалу	Порядок проведення вартісної оцінки	Інформаційне забезпечення
Товарний (ТовП)	$ТовП = В_{ТЗ} + В_{КТЗ} + В_{ІЗ}$	Ф. № 1 «Баланс»; ф. № 3-торг «Звіт про продаж та запаси товарів у торговельній мережі й мережі ресторанного господарства»
Технічний (ТехП)	$ТехП = В_{ВОФа} + + В_{ООФа}$, $В_{ООФа} = О_{ОФ} \times \frac{1-(1+r)^{-n}}{r}$, $В_{ООФ\,а} = О_{ОФ} \times \left[\frac{1-(1+r)^{-(n-1)}}{r}+1\right]$	Ф. № 1 «Баланс»; відомість аналітичного обліку до статті 92 «Адміністративні витрати»; технічна документація щодо терміну експлуатації машин й обладнання; інформація аналітичних досліджень
Просторовий (ПП)	$ПП = В_{ВН} + В_{НБ} + В_{ОН}$, $В_{ОН} = О_{Н} \times \frac{1-(1+r)^{-n}}{r}$, $В_{ОН} = О_{Н} \times \left[\frac{1-(1+r)^{-(n-1)}}{r}+1\right]$	Ф. № 1 «Баланс»; ф. № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»; відомість аналітичного обліку до статті 92 «Адміністративні витрати»; інформація аналітичних досліджень
Фінансовий (ФП)	$ФП = В_{ПВК} + В_{ППК} = ГК + ФІ + К_Р = ГК + ФІ + (ДЗ + В)$	Ф. № 1 «Баланс»; ф. № 2 «Звіт про фінансові результати»
Кадровий (КП)	$КП = А_{ТР} \times \overline{Тп} = (\overline{ЗП} \times (Чо + Чс) + Вп + Вн + Впк + Всз) \times \overline{Тп}$	Ф. № 1–ПВ «Звіт з праці»; відомість аналітичного обліку до статті 92 «Адміністративні витрати»

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com

Продовження таблиці 1.

Елемент вартісної оцінки потенціалу	Порядок проведення вартісної оцінки	Інформаційне забезпечення
Репутаційний (РП)	$РП = В_Б + В_{ВТМ} + Г_О + В_{ДР}$, $В_{ДР} = \frac{ЧПс - \overline{Ра} \times А}{k}$	Ф. № 1 «Баланс»; ф. № 2 «Звіт про фінансові результати»; ф. № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»; інформація аналітичних досліджень і статистичних спостережень
Сформований ресурсний (СРП)	$СРП = ТовП + ТехП + ПП + ФП + КП + РП$	Результати аналітичних розрахунків за елементами ресурсного потенціалу

Примітка. $ТовП$ - вартість товарного потенціалу (потенціалу товарних ресурсів); $В_{ТЗ}$ - вартість товарних запасів, що знаходяться у власності торговельного підприємства, на дату оцінки; $В_{КТЗ}$ - вартість товарних запасів, що надані торговельному підприємству у комісію (консигнацію), на дату оцінки; $В_{ІЗ}$ - вартість інших запасів, що сформовані підприємством для використання у господарській діяльності (виробничих, запасів готової продукції), на дату оцінки; $ТехП$ - вартість технічного потенціалу (сформованого за рахунок активної частини основних фондів); $В_{ВОФа}$ - залишкова вартість активної частини основних фондів, що знаходяться у власності підприємства, на дату оцінки; $В_{ООФа}$ - вартість орендованої активної частини основних фондів торговельного підприємства на дату оцінки; $О_{ОФ}$ - сума сплачуваного орендного платежа *n*-го періоду за використання орендованої активної частини основних фондів; *n* - строк експлуатації об'єкта оренди; *r* - ставка дисконту; $ПП$ - вартість просторового потенціалу; $В_{ВН}$ - залишкова вартість нерухомості, що знаходиться у власності торговельного підприємства, на дату оцінки; $В_{НБ}$ - вартість незавершеного будівництва на дату оцінки; $В_{ОН}$ - вартість нерухомості, що використовується підприємством на правах операційної оренди, на дату оцінки; $О_{ОФ}$ - сума сплачуваного орендного платежу *n*-го періоду за використання орендованої нерухомості; $ФП$ - вартість фінансового потенціалу торговельного підприємства; $В_{ПВК}$, $В_{ППК}$ - вартість фінансового потенціалу, сформованого відповідно за рахунок власного та позикового капіталу, на дату оцінки; $ГК$ - залишок грошових коштів та їх еквівалентів на дату оцінки; $Кр$ - кошти в розрахунках на дату оцінки; $ФІ$ - фінансові інвестиції; $ДЗ$, $В$ - відповідно дебіторська заборгованість і векселі, одержані на дату оцінки; $КП$ - вартість кадрового потенціалу; $А_{ТР}$ - амортизація трудових ресурсів; $\overline{Тп}$ - середній термін праці одного працівника на підприємстві (місяців, кварталів або років); $\overline{ЗП}$ - середня заробітна плата з нарахуваннями одного працівника за розрахунковий період (місяць, квартал, рік); $Чо$ - облікова чисельність усіх штатних працівників підприємства на дату оцінки; $Чс$ - чисельність працівників, які працюють на торговельному підприємстві за сумісництвом, на дату оцінки; $Вп$, $Вн$, $Впк$, $Всз$ - відповідно поточні витрати з підбору, навчання, підвищення кваліфікації, соціального забезпечення персоналу, що мали місце в розрахунковому періоді (місяці, кварталі, році); $РП$ - вартість репутаційного потенціалу торговельного підприємства; $В_Б$, $В_{ВТМ}$ - відповідно вартість бренду та власних торгових марок торговельного підприємства на дату оцінки; $Г_О$ - облікова вартість гудвілу; $В_{ДР}$ - вартість ділової репутації підприємства на дату оцінки; $ЧПс$ - скорегований на нетипові доходи/витрати чистий прибуток торговельного підприємства за період, що передував даті оцінки; $\overline{Ра}$ - середньогалузева рентабельність активів, визначена за чистим прибутком за період, що передував даті оцінки; $А$ - середня вартість активів торговельного підприємства за період, що передував даті оцінки; k - коефіцієнт капіталізації; $СРП$ - вартість сформованого ресурсного потенціалу.

Неоднорідність торгівлі, різноплановість її функцій залежно від секторальної спрямованості зумовлює необхідність детального емпіричного дослідження ресурсного потенціалу торговельних підприємств на основі розробленої методології. Визначальною гіпотезою такого дослідження має бути теза про відмінність формування, реалізації та розвитку ресурсного потенціалу залежно від виду та розміру торговельного підприємства. Виходячи зі сформульованої тези, об'єктом такого поглибленого дослідження обрано підприємства роздрібної торгівлі, що організовані в різних форматах (мережі та самостійні підприємства) і діють на різних сегментах споживчого ринку (продовольчому та непродовольчому). Ґрунтуючись на принципах побудови стратифікованої вибірки, було сформовано вибіркову сукупність зі 120 торговельних підприємств України, до складу якої увійшли:

- група підприємств торгівлі продовольчого сегмента (60 об'єктів, із яких 23 підприємства - великі національні та регіональні продовольчі мережі, та 37 підприємств - продовольчі самостійні магазини);
- група підприємств торгівлі непродовольчого сегмента (60 об'єктів, із яких 15 підприємств - великі національні та регіональні непродовольчі мережі, та 45 підприємств - непродовольчі самостійні магазини).

Основною вимогою до сформованої вибірки стала достатня повнота відібраних підгруп за кількістю магазинів й обсягом товарообороту. Так, підприємства вибіркової сукупності становлять близько 3 % від загальної кількості підприємств роздрібної торгівлі продовольчого та непродовольчого сегментів і забезпечують близько 30 % обсягу роздрібного товарообороту підприємств торгівлі України.

Загальна характеристика сформованого ресурсного потенціалу підприємств вибіркової сукупності, отримана за допомогою розробленого інформаційно-методичного забезпечення, наведена на рис. 1.

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com

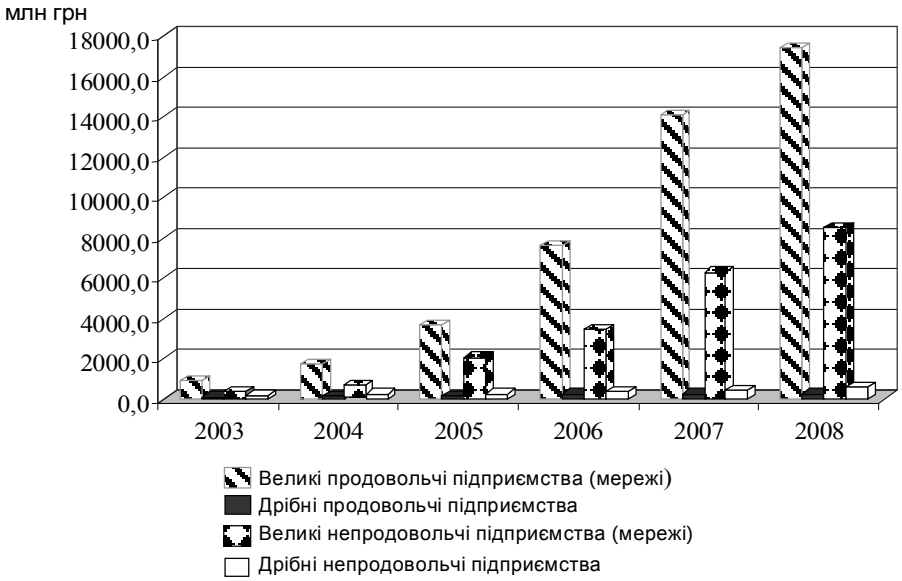
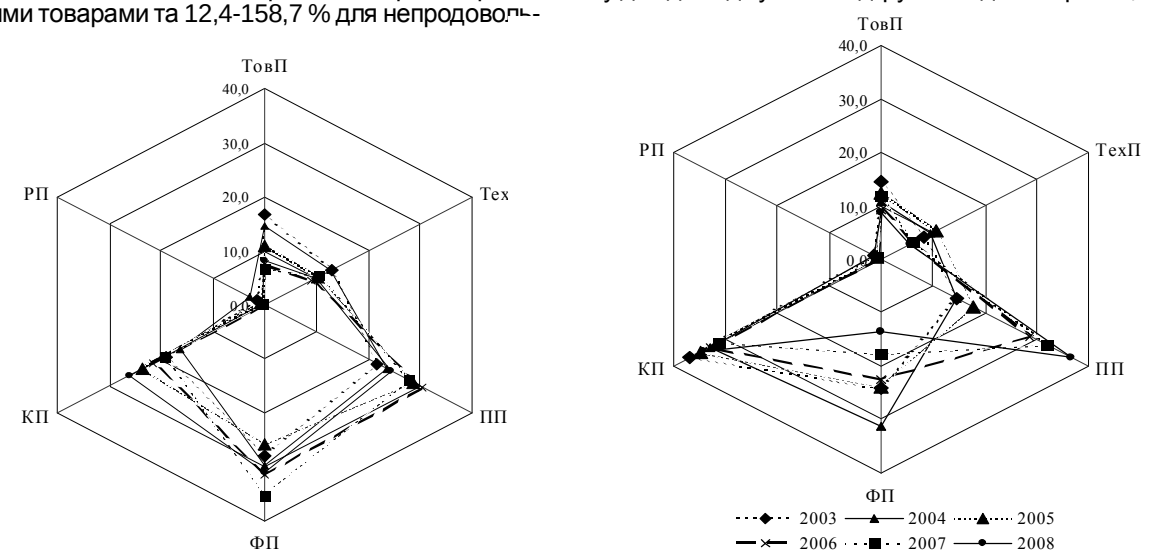


Рис. 1. Динаміка ресурсного потенціалу торговельних підприємств України (на прикладі вибіркової сукупності) за 2003-2008 рр.

Як свідчать отримані результати, обсяги сформованого ресурсного потенціалу в торгівлі суттєво залежать від таких організаційних чинників, як спеціалізація та формат діяльності. Хоча нарощення ресурсних можливостей у вартісній оцінці протягом досліджуваного періоду відбувалося за всіма підприємствами, проте найбільші темпи зростання продемонстрували великі підприємства як продовольчого, так і непродовольчого сегментів. Обсяги їх ресурсного потенціалу протягом 2003-2008 років збільшувалися майже удвічі щорічно. Така ситуація пояснюється активізацією розвитку мережевих форм торгівлі в Україні, періодизація якого починається з кінця 1990-х років [7].

Нарощення ресурсного потенціалу відбувалося за рахунок всіх його елементів. Так, щорічний приріст вартості товарного потенціалу торговельних підприємств протягом досліджуваного періоду становив від 39 % до 66,4 % на продовольчому сегменті та від 45 % до 195,2 % на непродовольчому, технічного потенціалу - від 16,9 % до 115 % для підприємств торгівлі продовольчими товарами та 12,4-158,7 % для непродовольчої торгівлі, просторового - відповідно 8,2-150,9 % та 48,1-132,6 %, фінансового - 8,4-147,4 % та 55,7-332,1 %, кадрового - 50,7-176,2 % та 30,6-115,7 %. Найменш стабільним виявився розвиток репутаційного потенціалу, зміни якого здебільшого були пов'язані з утратою його вартості більше ніж удвічі більшістю підприємств у 2004 р. та 2006 р. Крім того, якщо інші елементи ресурсного потенціалу набули розвитку на всіх досліджуваних підприємствах, рівень забезпеченості господарської діяльності репутаційним потенціалом був недостатнім. Так, зі 120 підприємств вибіркової сукупності лише для 7 об'єктів наявні репутаційні можливості, оцінені за величиною гудвілу, протягом усього періоду дослідження мали певну вартість. Інші ж торговельні підприємства або епізодично забезпечували генерування "надприбутку", або взагалі його не отримували.

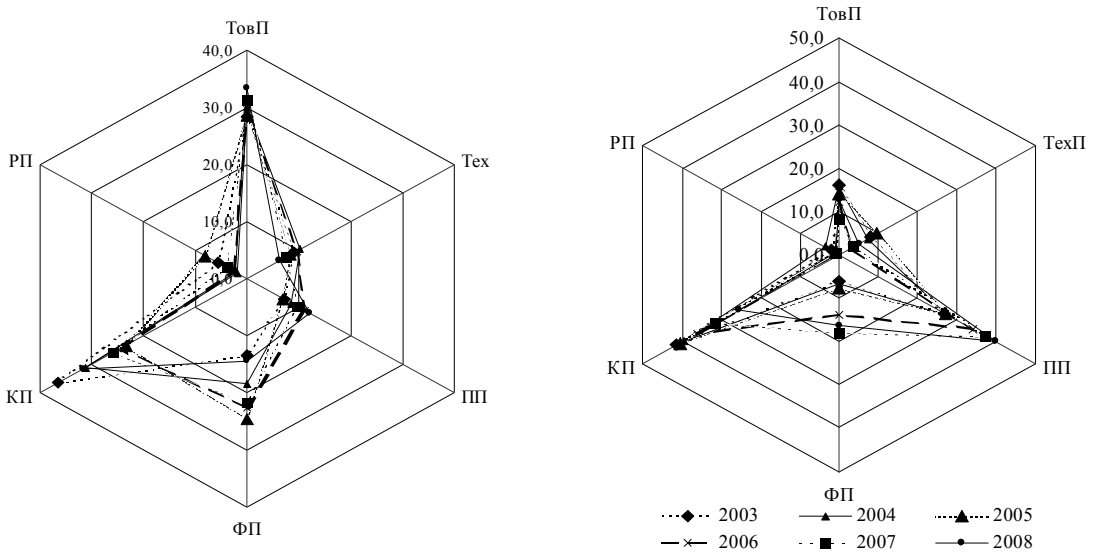
Причини такого низького рівня формування репутаційного потенціалу в торгівлі розкриває структурний аналіз ресурсного потенціалу, результати якого в цілому для досліджуваних підгруп наведені на рис. 2, 3.



Великі підприємства (мережі) *Дрібні магазини*

Рис. 2. Структура ресурсного потенціалу торговельних підприємств України на продовольчому сегменті.

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com



Великі підприємства (мережі) *Дрібні магазини*

Рис. 3. Структура ресурсного потенціалу торговельних підприємств України на непродовольчому сегменті.

Побудовані профілі ресурсного потенціалу дозволили визнати наявність суттєвих розбіжностей у його структурі для підприємств різних організаційних форматів і спеціалізації. Якщо у великих продовольчих підприємствах торгівлі більша цінність у 2003-2008 рр. створювалась за рахунок потужних фінансових, просторових і кадрових можливостей, то для підприємств аналогічного формату, але на непродовольчому сегменті у складі ресурсного потенціалу суттєву перевагу мали товарні та кадрові можливості. Дрібні продовольчі магазини не відрізнялися стабільністю структури ресурсного потенціалу, хоча й помітне їх тяжіння до трудодомінаційної орієнтації потенціалу та низького рівня можливостей товарної пропозиції. Функціонування дрібних торговельних підприємств непродовольчого сегменту протягом досліджуваного періоду було забезпечене як потужним кадровим потенціалом, так і достатньо вагомими просторовими можливостями.

Оскільки єдиною спільною властивістю структури ресурсного потенціалу для всіх підприємств вибіркової сукупності стала низька частка репутаційного потенціалу, то в ході проведення структурного компаративного аналізу нами було з'ясовано, що останній отримав розвиток тільки в тих торговельних підприємствах, які мали потужний кадровий потенціал. Протягом 2003-2008 рр. формування репутаційного потенціалу відбувалося щорічно лише на 7 об'єктах дослідження, причому для 6 із них частка кадрового потенціалу в загальній вартості перевищувала 40 відсотків. Наявність такого зв'язку означає, що тільки на підґрунті продуманої кадрової та мотиваційної політики отримання "надприбутку", за величиною якого визначено вартість ділової репутації торговельних підприємств, перетворюється з можливості на дійсність. Усі підприємства вибіркової сукупності, які характеризувалися низькою часткою кадрового потенціалу в структурі ресурсних можливостей, виявилися нездатними сформувати помітний позитивний імідж серед постачальників і споживачів. Причому варто також відзначити, що до лідерів за рівнем розвитку репутаційного потенціалу потрапила лише одна торговельна мережа, що є свідченням відсутності зв'язку між витратами на формування репутації та її реальним впливом на операційну діяльність великих торговельних підприємств. Отже, створюючи власні торгові марки та формуючи торгові бренди, підприємства торгівлі повинні обов'язково запроваджувати релевантну кадрову політику, без якої, як показали результати дослідження, торгові марки не працюють на створення цінності репутаційним потенціалом.

З метою дослідження зв'язків виявлених тенденцій у формуванні та розвитку ресурсного потенціалу зі створенням цінності торговельними підприємствами нами здійснено кореляційно-регресійний аналіз. Оскільки завданням такого аналізу є виявлення сили залежності між вихідним фактором і змінними, що його визначають, найбільш синтетичним результатом створення цінності обрано показник товарообороту (Т), який, з одного боку, дорівнює величині реалізованого конкретним торговельним підприємством споживчого потенціалу, з іншого - забезпечується тільки завдяки узгодженій взаємодії елементів ресурсного потенціалу. Зважаючи на визначену вище мету кореляційно-регресійного аналізу, як змінні нами використано вартісні оцінки елементів ресурсного потенціалу (товарного, технічного, просторового, фінансового, кадрового та репутаційного).

В основу побудови економіко-математичних моделей було покладено виявлені вище принципові розбіжності в структурі ресурсного потенціалу торговельних підприємств різних форматів і спеціалізації, а для формування репрезентативних часових рядів вихідних даних обрано весь досліджуваний період. Отримані економіко-математичні моделі лінійної залежності обсягів товарообороту від вартості ресурсного потенціалу торговельних підприємств різних форматів і спеціалізації наведені в табл. 2, а статистичні показники, які характеризують якість та надійність регресійних рівнянь, - у табл. 3.

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com

Таблиця 2. - Моделі залежності обсягів товарообороту від наявності ресурсного потенціалу підприємств торгівлі різних форматів і спеціалізації

Назва моделі	Рівняння регресії
Модель залежності обсягів товарообороту від наявності ресурсного потенціалу для продовольчих мереж (ПМ)	*Т = 6,753ТовП + 0,542ТехП + 0,087ПП + 0,125ФП + 1,27КП + 1,56РП*
Модель залежності обсягів товарообороту від наявності ресурсного потенціалу для самостійних продовольчих магазинів (СПМ)	*Т = 0,568ТовП + 0,581ТехП + 0,156ПП + 1,895ФП + 1,987КП - 6,64РП*
Модель залежності обсягів товарообороту від наявності ресурсного потенціалу для непродовольчих мереж (НМ)	*Т = 2,534ТовП + 1,362ТехП - 0,604ПП + 2,791ФП + 0,704КП + 2,011РП*
Модель залежності обсягів товарообороту від наявності ресурсного потенціалу для самостійних непродовольчих магазинів (СНМ)	*Т = 1,084ТовП + 0,737ТехП + 0,071ПП - 0,067ФП + 1,053КП + 0,525РП*

Таблиця 3. - Критеріальні характеристики якості побудованих моделей

Показник	Модель ПМ	Модель СПМ	Модель НМ	Модель СНМ
Множинний коефіцієнт кореляції R	0,969	0,961	0,968	0,848
Множинний коефіцієнт детермінації R^2	0,939	0,924	0,937	0,719
Нормований коефіцієнт детермінації R^2	0,929	0,918	0,921	0,71
F-критерій Фішера	341,06	439,5	207,9	112,6

Слід зазначити, що, незважаючи на існуючий між окремими елементами ресурсного потенціалу високий кореляційний зв'язок, їх включення в моделі функціональної залежності має, по-перше, теоретичне підґрунтя і, по-друге, парні коефіцієнти кореляції для них мають менше абсолютне значення порівняно з їх зв'язком із товарообротом. Послідовне моделювання регресійних залежностей із виключенням теоретично мультиколінеарних змінних дозволило стверджувати, що відсутність будь-якого елемента ресурсного потенціалу в побудованих моделях призводить до зменшення їх адекватності, коли коефіцієнт детермінації починає знижуватись.

Порівняння отриманих критеріальних характеристик розроблених моделей (табл. 4) з їх табличними граничними значеннями дозволило визнати їх адекватність і достатню повноту опису змін в обсягах товарообороту торговельних підприємств різних форматів і спеціалізації за рахунок різних комбінацій вартісних оцінок елементів ресурсного потенціалу. Практична цінність отриманих функціональних моделей виявляється передусім у можливості вивчення взаємозамінності окремих ресурсних складових та міри їх заміщення за рівних ринкових умов.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Таким чином, проведене дослідження ресурсного потенціалу на основі розробленого інформаційно-методичного забезпечення дозволяє стверджувати, що вітчизняні торговельні підприємства різних організаційних форматів і спеціалізації суттєво відрізняються як за обсягами ресурсного потенціалу, так і за його структурою. Проте незважаючи на розбіжності у вартості сформованих елементів ресурсного потенціалу, їх нарощення за незмінності ринкової кон'юнктури супроводжується відповідним зростанням обсягів реалізації товарів у торгівлі. Така залежність зумовлює необхідність подальших емпіричних досліджень і визначення оптимальних пропорцій у розподілі елементів ресурсного потенціалу, що забезпечують досягнення цільових результатів діяльності на обраному сегменті споживчого ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Penrose E. The theory of growth of the firm / E. Penrose. - New York : Oxford University Press, 1995. - 296 p.

2. Pfeffer J. The external control of organizations: A resource dependence perspective / J. Pfeffer, G. R. Salancik. - New York : Harper and Row, 1978. - 300 p.

3. Wernerfelt B. A. Resource-based View of the Firm / B. A. Wernerfelt // Strategic Management Journal. - 1984. - Vol. 5. - № 2. - P. 171-180.

4. Грант Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант ; [пер. с англ., под ред. В. Н. Фунтова]. - СПб. : Питер, 2008. - 560 с.

5. Шталь Т. В. Ресурсний потенціал торговельного підприємства як об'єкт управління / Т. В. Шталь // Вісник ДонДУЕТ. - 2003. - № 4. - С. 226-231. - (Серія: Економічні науки).

6. Маковоз О. С. Інтегральна оцінка рівня використання ресурсного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі / О. С. Маковоз // Економіка: проблеми теорії та практики. - 2009. - Вип. 250. - Т. V. - С. 1152-1158.

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

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com

N. Krasnokuts'ka

FEATURES OF RESOURCE POTENTIAL OF TRADE ENTERPRISES OF UKRAINE (EMPIRIC ANALYSIS)

The article suggested information and methodological support of resource potential research of trade enterprises. The tendencies of its development are exposed in trade. The features of the resource potential structure of trade enterprises of different sizes and specializations are certain. The economic-mathematical models of dependence of the trade turnover from the cost elements of resource potential are worked out.

Key words: *potential, resources, trade enterprise, cost.*

© *Н. Краснокутська*
Надійшла до редакції 09.02.2010

УДК 339.137.2 + 338.431

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ІРИНА ЄМЕЛЬЯНОВА,
аспірант Луганського національного аграрного університету

У статті розглянута проблема класифікації факторів конкурентоспроможності, уточнена сутність економічної категорії "фактори конкурентоспроможності". На основі аналізу й систематизації різних підходів фактори конкурентоспроможності аграрних підприємств класифіковані за середовищем функціонування, часом дії, рівнем управлінських рішень, рівнем взаємообумовленості, ступенем впливу й конкурентоспроможності підприємства та ін.

Ключові слова: *фактори конкурентоспроможності, аграрні підприємства, критерії, класифікація, системний підхід.*

Постановка проблеми. Поглиблення міжнародної економічної інтеграції та вступ України до Світової організації торгівлі значно актуалізували проблему конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Як відомо, конкурентоспроможність підприємства визначається багатьма факторами, неоднаковими за природою, характером і ступенем дії. Різноманітність факторів конкурентоспроможності, неоднозначність оцінок їх впливу, відсутність можливості їх кількісної оцінки й прогнозування спричиняють серйозні негативні наслідки, а нерідко - руйнування виробничо-економічної системи. У зв'язку із цим виникає необхідність у виявленні й систематизації факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств зробили Я. В. Базилюк [1], С. С. Гаркавенко [2], І. Н. Герчикова [3], О. В. Дикий [4], Т. О. Дяченко [5], Є. В. Печеркіна [7], М. Портер [8], В. Є. Титаренко [10], Р. А. Фатхутдінов [11] та інші.

Особлива увага приділяється науковцями та практиками вивченню кола і змісту факторів конкурентоспроможності. Виконано аналіз великої кількості різноманітних факторів конкурентоспроможності підприємств.

Так, М. Портер [8] виділяє декілька груп факторів конкурентоспроможності: основні й розвинені; загальні й спеціалізовані; природні та штучно створені; зовнішні і внутрішні; Р. А. Фатхутдінов [11] виділяє зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності; І. Н. Герчикова [3] пропонує класифікацію факторів конкурентоспроможності підприємства залежно від цільового призначення створюваного продукту праці; О. Дикий [4] виділяє 6 основних груп факторів конкурентного середовища, залежно від суб'єктів ринку, діяльність яких створює умови для конкуренції, повністю підтримуючи ідеї М. Портера, утілені ним у моделі п'яти сил конкуренції; Т. Дяченко [5] основні фактори конкурентоспроможності ділить на дві групи: фактори, що підлягають контролю з боку підприємства, та фактори, що не контролюються.

Таким чином, до питання класифікації факторів конкурентоспроможності в економічній літературі науковці підходять неоднозначно, і це залежить не тільки від теми й завдань дослідження, у контексті якого вивчається конкурентоспроможність підприємства, але й від специфіки та напряму діяльності такого підприємства. Маємо констатувати, що аграрні підприємства із цієї точки зору ще не досліджувалися, тому виникає потреба в системному та комплексному підході до визначення їх факторів конкурентоспроможності.

Метою статті є дослідження існуючих наукових

PDF создан испытательной версией pdfFactory Pro www.pdffactory.com